JEAN-CLAUDE LARCHEȚ

CAPTIVI ÎN INTERNET



- Invazia noilor media
- O falsă impresie de libertate
- Distrugerea relațiilor interpersonale
- Sărăcirea vieții spirituale
- Diminuarea capacităților intelectuale
- Cum se poate vindeca dependența

JEAN-CLAUDE LARCHET

CAPTIVI ÎN INTERNET

În românește de Marinela Bojin

editura Σοφία

București

Redactor: Diana-Cristina Vlad

Traducerea a fost făcută după originalul în limba franceză: Jean-Claude Larchet, *Malades des nouveaux médias,* L'Édition du Cerf, Paris, 2016.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
LARCHET, JEAN-CLAUDE
Captivi în internet / Jean-Claude Larchet; în românește de Marinela Bojin – București: Editura Sophia, 2018
ISBN 978-973-136-624-1

I. Bojin, Marinela (trad.)

INTRODUCERE

„Că iată moartea intră pe ferestrele noastre"
(*Ieremia* 9, 21)

„O societate tot mai bolnavă, dar și tot mai puternică, a făcut din lumea concretă un spațiu și un decor al maladiei sale"
(Guy Debord, *La société du spectacle*)

Nimeni nu contestă astăzi aportul pozitiv al noilor mijloace de informare în masă în materie de comunicare, de informare, de acces la cultură în diversele ei forme; în curând nimeni nu va mai putea să se lipsească de ele, deoarece sunt integrate în modul de funcționare al diverselor structuri sociale, administrative, comerciale, educative și chiar religioase.

Se spune în mod curent că inventarea noilor media a provocat în societatea noastră o revoluție comparabilă cu cea produsă de electricitate sau de noile mijloace de locomoție. Există însă o mare diferență între noile media și celelalte invenții care au schimbat în mod profund viața omului modern. Nici o altă tehnologie nu s-a infiltrat în activitatea noastră zilnică pentru un timp atât de îndelungat, nu a solicitat atenția și intervenția noastră atât de constant, nu a invadat atât de mult viața noastră privată, fami-

lială și personală, nu a pătruns atât de profund în lăuntrul vieții noastre sufletești. Nici o altă tehnologie nu a transformat atât de mult raporturile noastre cu spațiul și timpul, felul nostru de a vedea lumea, relațiile noastre cu ceilalți, reprezentarea pe care o avem despre noi, natura și ritmul activităților noastre de la serviciu și din timpul liber, forma noastră de comunicare, ca și natura, structura și forma vieții noastre psihice și intelectuale. Și nici o altă tehnică, prin influența exercitată asupra modului nostru de a fi, care constituie textura existenței noastre, nu a avut un impact atât de important asupra vieții noastre spirituale.

Numeroase cărți și articole au lăudat avantajele și binefacerile acestor noi media, iar scopul studiului nostru nu este acela de a aduce un elogiu în plus, de altfel redundant și de prisos, ci – ceea ce este în zilele noastre mai rar și în fond mai util – acela de a invita la o reflecție critică asupra folosirii acestor noi mijloace de comunicare, care au devenit pur și simplu invadatoare și cu efecte în mod vădit negative, de care însă cei ce se folosesc de ele, cu toate că uneori constată în parte că le afectează propria persoană, copiii sau apropiații lor, nu sunt întotdeauna pe deplin conștienți de răul produs de ele.[1]

[1] V.C. Strasburger, profesor de pediatrie la universitatea din New Mexico, observă că: „Media reprezintă unele dintre influențele cele mai sub-evaluate și mai puternice asupra dezvoltării copilului normal și a adolescentului din societatea noastră modernă. Pentru că influența acestor media este subtilă, cumulativă și se produce de-a lungul unei vaste perioade de timp, se poate ca părinții, pediatrii și educatorii să nu fie conștienți de impactul lor asupra acestora" («Children, Adolescents and the Media», *Current Problems in Pediatric and Adolescent Health Care*, 34, 2004, p. 54). M. Desmurget notează, la rândul său: „Absența coincidenței temporale dintre expunere și comportament tinde să ascundă lanțul cauzal care conduce media la simptomele discutate" (*TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ed. a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 28).

Chiar dacă, în fața deviațiilor actuale și a perspectivelor sumbre asupra viitorului, ni s-ar părea că importantă şi de dorit ar fi o schimbare a societății, scopul nostru are în vedere o stare actuală de urgență și este în primul rând unul pragmatic, şi anume: Pornind de la o mai bună cunoaştere a deviațiilor provocate de noile media şi a efectelor patologice reale şi potențiale, să învățăm să le controlăm şi să reducem utilizarea lor în zona în care produc efecte nedorite.

Scopul studiului nostru, mai înainte de a propune în final câteva direcții terapeutice și profilactice, se va preocupa îndeosebi de stabilirea diagnosticului şi a pronosticului patologiilor generate de noile media în diversele sfere ale existenței sociale – politică, economică, culturală, şi mai ales personală, trupească, psihică, intelectuală și spirituală –, care produc grave vătămări vieții persoanelor și pot chiar să modifice în mod îngrijorător însăși natura umană.

Numai conștientizând gravitatea acestei maladii care afectează civilizația noastră se va putea organiza o rezistență față de ele; și numai prin această rezistență a utilizatorilor de media se poate declanșa o scădere a ofertei din partea celor care le produc, și numai prin această scădere ne vom putea gândi la o schimbare în societate care să poată reda comunicării dimensiunea cu adevărat umană și spirituală ce s-a pierdut.

I

INVAZIA

„Invazie. Definiție: acțiunea de pătrundere bruscă și
masivă într-o țară, cu scopul jefuirii și cuceririi ei.
În medicină: perioadă de început a unei maladii,
de la instalarea primelor simptome și
până la perioada de stare de boală, ca atare.
Figurat: apariție rapidă a ceea ce se extinde
până la ocuparea întregului spațiu"
(ORTOLANG,
Centre National des Ressources Textuelles et Lexicales)

Mediu (lat. *medium*) este un mijloc sau un intermediar prin care un obiect, un gând, un cuvânt, un sunet, o imagine etc. pot trece de la o stare la alta sau dintr-un loc în altul. Pluralul media (lat. *media*) este folosit de multă vreme pentru a desemna marile mijloace de transmitere a informațiilor: presa scrisă, radioul, televiziunea (mijloacele de comunicare în masă). Expresia „noile media" desemnează mijloacele de comunicare cele mai recente, care folosesc tehnici digitale de mare precizie datorate informaticii; ele sunt desemnate și prin expresia „media digitale". Este vorba în particular de calculatoare conectate între ele și de derivatele lor simplificate (tablete...), ca și de telefoanele inteligente, care cumulează avantajele celor din

urmă cu cele ale telefoanelor portabile, ale aparatelor de fotografiat, ale echipamentelor de înregistrare și ale echipamentelor de redare a acestor înregistrări (altădată cititoare de CD-uri, astăzi cititoare de MP3-uri). Cum toate aceste mijloace implică un ecran, se utilizează uneori expresia „ecrane" (*display*) pentru a le desemna în mod global, fapt care permite să includem aici și televiziunea, care se înrudește cu ele sau cu care aceste echipamente se înrudesc în anumite privințe, şi la care ne vom referi de asemenea în studiul nostru.

Termenul „media" foloseşte atât la desemnarea mijloacelor de transmitere, de exemplu Internetul, cât și a conținutului propriu-zis: siturile, blogurile, forumurile, rețelele de socializare, jocurile *on line* etc.

Pentru că termenul „medium", la singular, are de multă vreme o conotație foarte puternică în domeniul parapsihologiei, în mod obişnuit se preferă forma „media".

COLONIALISMUL DIGITAL

Mediile digitale au invadat treptat și tot mai mult toate domeniile de activitate și toate sferele vieții noastre, fie private, fie publice. Roberto Casati a vorbit pe această temă despre un „colonialism digital", noțiune pe care a definit-o astfel:

Colonialismul digital este o ideologie care se rezumă la un simplu principiu condițional: „Dacă poți face un lucru, atunci trebuie negreșit să-l faci." Dacă se poate ca un lucru sau o activitate să migreze spre digital, atunci *trebuie* neapărat să migreze într-acolo. Coloniștii digitali folosesc toate mijloacele pentru a introduce noile tehnologii în toate domeniile vieții noastre, de la lectură la joc, de la învățare la

asistență și luarea unei decizii, de la comunicare la planificare, de la conservarea de obiecte la analiza medicală. Teza colonialistă este privită ca un drept de fapt, de către coloniști, care o apreciază pentru simplitatea sa: este absolut generală, pentru că se aplică oricărui obiect și oricărei activități.[1]

Societatea exercită o presiune considerabilă asupra indivizilor, pentru a-i face să folosească noile media. Principala presiune este în mod evident exercitată de către comercianți, fie că vând dispozitivele de comunicație, fie conținutul lor, fie că, atunci când acest conținut este gratuit, obțin un beneficiu secundar (publicitate, vânzarea datelor personale...[2]). Dar chiar statele sunt puternic implicate în răspândirea acestor media și contribuie la utilizarea lor generală și cvasi-obligatorie, introducând utilizarea lor în școală de la cea mai fragedă vârstă și făcându-le indispensabile pentru diverse activități administrative etc. Statele consideră drept o datorie morală reducerea „fracturii digitale" (în englezește *digital divide*), adică presupusa diviziune și inegalitate între două categorii de cetățeni: una, considerată superioară, care are acces la media, și alta, considerată inferioară, defavorizată, care nu are acces la aceste mijloace de comunicare. De aici preocuparea lor pentru a nu mai exista vreun colțișor de țară lipsit de „acoperire" în ceea ce privește televiziunea, Internetul sau telefonia mobilă, pentru a elimina riscul creării unei categorii de cetățeni defavorizați, excluși de la astfel de beneficii.

---

[1] *Contre le colonialisme numérique. Manifeste pour continuer à lire*, Albin Michel, Paris, 2013, p. 16.

[2] A se vedea M. HAUTEFEUILLE și D. VÉLÉA, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance,* Payot & Rivage, Paris, 2014, pp. 165-187, care atrag atenția asupra răspunderii comercianților în ce privește ciber-dependența și exploatarea acestei dependențe.

La presiunile economice și politice precedente se adaugă o presiune socială, formată și întreținută chiar de indivizi: fiecare, pentru a nu se simți complexat, se simte obligat să posede nu numai toate mijloacele de informare în masă, ci și cele mai recente aparate pentru accesarea lor. Media și instrumentele aferente au devenit nu doar mijloace și semne ale integrării în comunitate și ale nivelului de apartenență la ea, dar și obiecte care oferă sentimentul valorii sociale și al propriei valori.

TELEVIZIUNEA

Televiziunea aparține categoriei de media moderne, dar ea nu mai face parte propriu-zis din categoria noilor media (în pofida înaltei rezoluții la care tehnica digitală i-a permis să ajungă), de vreme ce a trecut deja mai mult de o jumătate de secol de când a început răspândirea ei, iar acum televizorul face parte din mobilierul locuințelor din întreaga lume, inclusiv cele mai sărace. Fie că e vorba de America, fie că e vorba de Franța, în mai mult de 99% dintre locuințe există cel puțin un televizor; în Africa, un continent defavorizat din punct de vedere economic, acest procent se ridică la 85%. În multe case, pe lângă televizorul care tronează în living, mai există unul sau mai multe receptoare, în dormitor sau în camerele copiilor.[1]

Puțini sunt cei care rezistă și decid să nu aibă televizor în casa lor; în general, fac parte din straturile socio-culturale elevate, și procedează așa din rațiuni religioase, intelectuale sau culturale – legate mai ales de grija de a-și feri

[1] În Statele Unite, țară de referință, pentru că este întotdeauna cu un pas înainte, 80% dintre locuințe posedă cel puțin trei televizoare, și mai mult de 70% dintre copiii de peste 8 ani au un televizor în camera lor.

copiii de exemple şi influenţe rele, de ocazii care provoacă neglijarea îndatoririlor şcolare şi lipsirea lor de activităţi recreative de natură culturală sau socială mai elevată. Aceştia însă par indivizi marginali.[1] În cele mai multe familii, dimpotrivă, televizorul rămâne pornit de dimineaţă până seara, şi chiar dacă nu se uită întotdeauna cineva la el, este un permanent fundal al vieţii de acasă.[2]

În general, timpul efectiv petrecut în faţa televizorului este considerabil. Cel mai asiduu public telespectator se află în Orientul Mijlociu, cu 4 ore şi 55 minute pe zi, urmat de cel din America de Nord (4 h 47); europenii se află la egalitate cu africanii (3 h 48 şi 3 h 47), urmaţi de locuitorii din America Latină (3 h 30) şi din Asia-Pacific (2 h 45).[3]

Televiziunea ocupă o parte importantă din zilele şi nopţile pensionarilor şi ale celor care nu lucrează, dar şi din cele ale adulţilor activi sau ale copiilor înainte de a merge la şcoală şi în timpul şcolarizării. În ceea ce-i priveşte pe aceştia din urmă, studiile arată că ei petrec în ansamblu mai mult timp în faţa televizorului decât cu profesorii, şi chiar decât cu părinţii lor (adică interacţionând cu ei).

Televiziunea este un mod ieftin şi la îndemână de petrecere şi umplere a timpului. Multe persoane au ajuns dependente. A devenit din ce în ce mai greu să-i smulgi pe copii din faţa ecranului fără ca ei să se revolte, să protesteze şi să ţipe.

---

[1] Este vorba cel mai adesea de familii care, în afara faptului că au înalte exigenţe morale, culturale şi educative, sunt suficient de înstărite pentru a oferi copiilor activităţi diversificate şi organizate.

[2] Între abţinere totală şi omniprezenţă, există, evident, trepte. Ca regulă generală, cu cât nivelul socio-cultural este mai înalt, cu atât timpul de expunere este mai redus, proporţional cu capacitatea financiară şi, mai ales, cu aptitudinea culturală de a înlocui televizorul cu alte activităţi care ţin de cultură sau de petrecerea timpului liber. Invers, absenţa unei alternative întăreşte poziţia televizorului.

[3] Statistici din anul 2012.

Dependența copiilor este mai mare decât cea a adulților, pentru că ei nu sunt atât de prinși cu treburile de zi cu zi ale casei, și de asemenea sunt mai pasivi și mai receptivi, mai interesați și mai captivați de lumile pe care le descoperă, mai permeabili la influențele externe, din cauza lipsei de experiență, de criterii de comparație și de repere sigure, și a absenței spiritului critic.[1]

Dar, contrar a ceea ce s-ar putea crede, nu întotdeauna copiii sunt cei care cer primii să se uite la televizor, ci adesea adulții sunt cei care îi așază în fața televizorului, nu doar ca să le potolească agitația și nerăbdarea juvenilă, ci și pentru a le da o ocupație, pentru ca să le acorde mai puțin timp, să nu mai fie deranjați de ei și să-și vadă nestingheriți de treburile lor. Foarte adesea, se dă drumul la televizorul ca să se țină copiii pe loc.

În pofida unei idei foarte răspândite, televiziunea nu a fost înlocuită de cele mai recente media; ea continuă să coabiteze cu ele[2], fie pentru că sunt utilizate în paralel cu ea[3], fie pentru ele că au integrat-o, Internetul oferind difuzarea nu doar în direct, ci și în reluare a diverselor canale, și permițând descărcarea emisiunilor pentru a le urmări pe calculator, tabletă sau telefon mobil.

---

[1] A se vedea pe această temă studiile lui L. Lurçat citate mai jos.

[2] A se vedea M. Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ed. a II-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 54-58; N. Carr, *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2011, pp. 128-129. Studiile arată că timpul petrecut în fața ecranului de calculator mărește timpul petrecut în general în fața ecranelor și nu înlocuiește timpul petrecut în fața televizorului, cu excepția televiziunii transmise prin Internet (cf. H. Dawley, «*Time-wise, Internet is Now TV's Equal*», Media-Life, 1 februarie 2006).

[3] Un studiu recent constata frecvența cazurilor în care trei media – televizor, calculator sau tabletă, telefon inteligent – sunt utilizate simultan.

Impactul televiziunii asupra copiilor este deosebit de puternic. „Televiziunea, notează Liliane Lurçat, modelează copilul de la începutul vieții. Caracterul ei pregnant se exercită fără nici o restricție, deoarece nici o altă experiență directă nu-i poate contracara efectele, care abia dacă sunt stăvilite de intervenția adulților. Socializarea prin media este cu atât mai puternică, cu cât ea operează prin captivare, seducere și provocarea artificială de reflexe condiționate, prin asocierea în viața de zi cu zi a vizionării lor cu satisfacerea unor nevoi de bază, ca nevoia de a te hrăni sau de a te relaxa."[1] Forța ei de captivare ține de faptul că ea se folosește în principal de calea emoțională, prin intermediul unui abil aranjament de elemente reale și fictive, care țin de o veritabilă manipulare.[2] Televiziunea vizează în principal sentimentele, pentru a stimula participarea și identificarea.[3]

Numeroase studii au menționat, de altfel, de mai multe decenii, locul exagerat pe care l-a dobândit imaginea în societatea modernă, împreună cu toate efectele datorate puterii ei de impresionare specifice, și cu un impact major asupra modului nostru de a percepe realitatea.

---

[1] *Des enfances volées par la télévision. Le temps prisonnier*, ed. a II-a, François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, pp. 13, 29.

[2] A se vedea *ibid.*, p. 14. Autoarea vorbește despre o influență „violentă" a televiziunii, care se explică prin trei factori: „În primul rând, efectul ruperii de realitate, generat de un raport mediatizat cu realul, care permite tot soiul de confuzii și amalgamuri, desființând distincțiile absolut necesare pentru o gândire rațională. În al doilea rând, contaminările prin acțiunea directă a imaginilor și a ambianței asupra emoțiilor. În al treilea rând, manipularea sofisticată a dorințelor și motivațiilor. Această manipulare utilizează tehnici psihologice care induc imitarea automată prin acțiune subconștientă sau subliminală, precum și imitarea mai mult sau mai puțin conștientă prin sugestie" (pp. 151-152). Despre tehnicile de manipulare inerente televiziunii, a se vedea și pp. 161-162.

[3] A se vedea L. LURÇAT, *op. cit.*, p. 37.

JOCURILE VIDEO

Este util să menționăm pe scurt jocurile video, dată fiind legătura lor veche cu ecranul și legătura actuală a unora dintre ele cu Internetul sau cu telefoanele inteligente.

Ele nu ocupă deloc o poziție marginală, pentru că 80% dintre francezi au jucat măcar o dată un joc video în ultimele 12 luni, iar timpul care li se consacră în mod obișnuit este de 12 ore pe săptămână.[1]

Dezvoltarea jocurilor video este puternic dinamizată de realizatorii lor, care obțin beneficii importante (aproape 100 milioane de dolari pe an), fapt care este un semn clar al importanței care li se acordă.

Jocurile video nu au fost la început media propriu-zise, întrucât nu transmiteau date de la un loc la altul sau de la o persoană la alta. La origine, aveau o formă foarte simplă, care a devenit tot mai elaborată datorită dezvoltării aplicațiilor software de care se folosesc. La început, nu implicau decât un singur jucător și puteau fi considerate activități solitare (cum e cazul celebrului Gameboy și al primelor versiuni ale nu mai puțin celebrei Playstation). Principalul reproș care li se aducea era tocmai caracterul individualist, faptul că îi izolau pe utilizatori, rupând legăturile cu ceilalți.

Jocurile video s-au integrat în domeniul media în momentul când au devenit interactive și au permis jocul în rețea, datorită calculatoarelor și Internetului.[2] Atunci s-au combinat adesea cu jocurile bazate pe asumarea de roluri, în care jucătorii se identifică cu diverse personaje. Aces-

[1] *Éléments clés du jeu vidéo en France en 2013*, Cartea albă a sindicatului național al jocurilor video (SNJV).

[2] Pentru o analiză a diferitelor tipuri de jocuri, a se vedea M. HAUTEFEUILLE și D. VÉLÉA, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivage, Paris, 2014, pp. 48-68.

te noi jocuri s-au dovedit a fi și mai mari consumatoare de timp și energie, mai ales din cauza exigențelor privind prezența, reactivitatea și performanțele jucătorilor.

Jocurile simple de la început au renăscut prin folosirea telefoanelor inteligente, izolându-i din nou pe indivizi, chiar în sânul cuplului, de familie sau de prieteni.

CALCULATORUL ȘI PROGENITURA SA

Calculatorul, luat în sine și separat, nu face parte din media, dar a devenit instrumentul principal al acestora; în primul rând pentru că este conectat într-o rețea cu alte calculatoare, permițând diverșilor utilizatori să facă schimb de date; în al doilea rând, pentru că primește date de la site-uri exterioare, le prelucrează și le transmite mai departe, fapt care a permis realizarea rețelelor de mari dimensiuni, în particular Internetul. La origine, calculatorul era dedicat muncii de birou, pe care a revoluționat-o într-un mod foarte amplu. S-a răspândit peste tot – în administrația publică, în întreprinderi, în comerț, în școli.

Calculatorul s-a deplasat foarte repede din sfera colectivă în cea privată. Capacitatea sa de incorporare a altor media a fost rapid exploatată și a permis utilizarea lui în scopuri de recreare și relaxare, fapt care a condus la o și mai largă răspândire a sa. Trecând de la serviciu acasă, calculatorul a devenit repede un obiect compact pe care poți să-l iei cu tine oriunde (laptop-ul), ca mai apoi să ajungă la forme simplificate și ușoare, care permit un transport și o folosire încă și mai facile, în orice loc și în orice împrejurare (tabletele). Când vorbim despre calculator, vorbim de acum încolo despre media la care oferă acces și care pot fi folosite datorită lui. Iar între aceste media, Internetul este unul principal.

INTERNETUL

Calculatorul a permis accesul tuturor la Internet (denumit și „Net" sau „Web"), iar Internetul a contribuit, în mod reciproc, la răspândirea calculatoarelor. Navigarea pe Net a devenit, pentru majoritatea persoanelor, motivul principal pentru a avea un calculator și primul motiv pentru folosirea lui, cu mult mai important decât lucrul sau jocul pe calculator.

Internetul este o rețea informatică globală care conectează între ele toate rețelele accesibile publicului. Cuvântul vine din englezescul *internetting*, care înseamnă „a pune rețelele (*nets*) în legătură (*inter*)". Aceste legături reciproce seamănă cu o uriașă pânză de păianjen, de unde și numele de *web* (pânză) care i se dă de asemenea Internetului. Interconexiunea permite fiecărei rețele accesarea imediată a tuturor celorlalte rețele. Site-urile cele mai des consultate de pe Internet sunt motoarele de căutare. Ele sunt numeroase, dar americanul Google a devenit foarte repede cel mai folosit. Motoarele de căutare permit, pornind de la un simplu cuvânt, găsirea în site-urile din lumea întreagă a tot ce se referă la el și este legat de el. Aceste motoare de căutare pun astfel imediat la dispoziția celor interesați o masă considerabilă de informații, sub formă de texte, imagini, secvențe video sau sonore.

Au apărut tot felul de site-uri specializate, răspunzând tuturor nevoilor și tuturor centrelor de interes posibile. Comerțul prin Internet (*on line*, e-commerce) a invadat Web-ul. Majoritatea instituțiilor și asociațiilor au propriul site. Un număr apreciabil de utilizatori și-au creat un blog (o pagină alimentată periodic) personal...

Internetul include poşta electronică (e-mail), capabilă să pună în legătură de manieră aproape instantanee pe internauţii situaţi la antipozi, permiţându-le să schimbe între ei fără întârziere şi fără costuri mesaje însoţite de diverse documente anexe (ataşamente conţinând text, imagini, sunete...). În prezent, aproape 215 miliarde de mailuri sunt transmise zilnic.

Pentru multe persoane, navigarea pe Internet ocupă mai multe ore pe zi (în prezent, 70% dintre internauţi sunt utilizatori zilnici şi petrec în jur de 4,8 ore pe zi în faţa unui calculator şi 2,1 ore folosind un telefon inteligent).

REŢELELE DE SOCIALIZARE: FACEBOOK, TWITTER ŞI CELELALTE

Reţelele de socializare au dobândit în ultimul deceniu un loc considerabil, datorită răspândirii calculatoarelor, tabletelor şi telefoanelor inteligente.

La început, „forumurile de discuţie" sau spaţiile de discuţie existente pe bloguri au permis utilizatorilor Internetului să schimbe idei, impresii şi sentimente. Această posibilitate există şi în prezent şi continuă să fie folosită intens. Dar Facebook a introdus în lumea comunicării o adevărată revoluţie. Acesta a permis fiecărui ins să deţină un spaţiu unde poate exprima tot ce doreşte şi să-l ilustreze cum doreşte (prin texte, fotografii, secvenţe video, sunete...), fiind în permanentă comunicare cu zeci, sute sau mii de alte persoane.

Dincolo de schimbul de date personale între „prieteni" (numele pe care şi-l dau utilizatorii conectaţi), Facebook serveşte tot mai mult drept platformă de împărtăşire de cunoştinţe pentru studenţi, cercetători, universităţi sau întreprinderi reunite printr-un interes sau un proiect comun.

Creat în 2004 la Universitatea Harvard, unde era destinat studenților căminiști, Facebook a devenit site-ul cel mai accesat, după Google, și totodată un veritabil fenomen social, implicând majoritatea tinerilor din aproape toate țările lumii, deoarece a ajuns azi să fie tradus în 85 de limbi. În prezent, numărul de utilizatori este de 2 miliarde; mai mult de jumătate dintre ei se conectează cel puțin o dată pe zi și petrec apoi aproape 50 de minute pentru a încărca *on line* peste 1 miliard de comentarii.

Succesul Facebook-ului ține de nevoia firească a fiecărei persoane de a fi în contact cu ceilalți, o nevoie sporită în societatea modernă, în care, din diverse motive, legătura socială s-a diminuat considerabil, celula familială s-a destructurat, și tot mai multe persoane ajung să fie singure. A fost lăudat meritul rețelelor de socializare de „a crea o legătură", de a reuni oamenii, de a da persoanelor izolate sau timide posibilitatea socializării, de a crea o empatie între participanți, care, odată conectați cu alții, sunt prezentați drept „prietenii" lor.

O altă rațiune a succesului Facebook-ului este faptul că răspunde nevoii fiecăruia de a simți că există și este prețuit de ceilalți. Pagina personală, care permite expunerea propriului eu, a devenit în multe cazuri locul în care sunt dezvăluite nu doar domeniile de interes și gusturile proprii, dar și, în deplină libertate – cu alte cuvine fără nici o reținere și adesea fără pudoare – numeroase detalii din viața particulară, inclusiv cele intime, sau cel în care persoana își etalează isprăvile, reale sau imaginare.

Facebook a servit drept model altor rețele de aceeași natură. Una dintre cele mai cunoscute este Snapchat, o aplicație care permite schimbul de fotografii și secvențe

video, care are ca particularitate vizualizarea limitată, de la una la zece secunde, lăsând astfel mai puţine urme decât alte media de acelaşi tip. Aici se conectează mai ales tinerii între 12 şi 25 de ani. Această aplicaţie reuneşte în prezent 150 de milioane de utilizatori cotidieni şi este astfel pe locul doi în ierarhia reţelelor de socializare.

Twitter este un instrument de microbloguri, care permite utilizatorului să trimită gratuit scurte mesaje, denumite „*tweets*" (ciripituri, engl.) pe Internet, prin mesagerie instantanee sau prin SMS. La origine, Twitter era conceput ca un serviciu care permite utilizatorului să spună ce face în momentul respectiv, dar a devenit foarte repede o platformă de schimburi pentru difuzarea de informaţii, de linkuri şi mai ales de scurte comentarii referitoare la noile evenimente. După ce se conectează la Twitter în calitate de membru înscris, utilizatorul are acces la aceste mini-mesaje postate de proprii săi „abonaţi", adică de utilizatorii care au decis să-l „urmeze" (*to follow*, engl.). Cu cât o persoană este mai cunoscută, cu atât are mai mulţi „urmăritori" (*followers*), care pot fi zeci de milioane. [1]

Twitter permite trierea pe grupuri de abonaţi, „urmăritori" şi subiecte, şi propune diferite filtre pentru transmitere şi recepţie.

În prezent, Twitter numără 310 milioane de utilizatori lunari şi 140 milioane de utilizatori zilnici.

În total, doar în Statele Unite, mai mult de 2 miliarde de ore (adică 30% din timpul petrecut *on line*) sunt petrecute în mod colectiv în fiecare lună cu reţelele de socializare, adică în jur de 2 ore pe zi.

---

[1] Recordul este deţinut în prezent de cântăreaţa Katy Perry, care are 70 de milioane de „followers".

TELEFONUL INTELIGENT (SMARTPHONE)

În momentul de față, în lume există aproape 7 miliarde de abonamente la telefonia mobilă, la un total de 7,5 miliarde de locuitori. Fenomenul atinge chiar și țările cele mai defavorizate din punct de vedere economic. În familiile sărace, „mobilul" este adesea o prioritate și abonamentele pentru întreaga familie îngreunează bugetul și sporesc datoriile. Unele persoane au chiar mai multe telefoane, în funcție de sferele sau activitățile diferite (familială și profesională...). Așa s-a ajuns la situația că numărul de telefoane mobile dintr-o țară a ajuns să depășească uneori numărul locuitorilor.

Menit la origine să fie un aparat fără fir, ușor de transportat și de conectat oriunde de o manieră independentă, și destinat ca și strămoșul său fix comunicării verbale, telefonul mobil s-a îmbogățit cu diverse alte funcții, devenind de asemenea un aparat foto, o cameră de filmat, un aparat de înregistrare a sunetelor, un cititor de fișiere audio și video și, mai ales, un mini-calculator care permite conectarea la Internet și la rețelele de socializare, obținând astfel statutul de „telefon inteligent" (*smartphone*). Funcțiile sale sunt multiplicate de un mare număr de aplicații (în prezent, aproape 500.000).

Vânzările sporesc tot mai mult, deoarece numeroși posesori de telefoane inteligente, din cauza conjugării uzurii subiective[1] cu uzura fizica[2], sunt tentați să le înlocuiască

[1] Sentimentul, în fața noilor modele și a posesorilor acestora, de a avea un aparat „depășit" și nevoia corelativă de a-l schimba, suscitate de publicitate, modă și mimetism social.

[2] Ea constă în crearea continuă de noi modele, mai performante – în ceea ce privește memoria internă, rapiditatea, capacitatea de stocare, rezoluția imaginilor etc. –, cele precedente devenind astfel „depășite"

cu modele tot mai evoluate, puse pe piață în mod regulat de către fabricanți.[1]

Nevoia de a avea un smartphone este condiționată de diferiți factori, orchestrați cu abilitate de vânzătorii de mobile și de furnizorii de abonamente. Este vorba fie de factori externi – desființarea cabinelor telefonice, publicitatea omniprezentă, ofertele de telefoane la prețuri mici în schimbul încheierii unui abonament pe o durată mare de timp, presiunea socială, necesitatea de a avea un mobil la serviciu sau pentru a găsi un loc de muncă. Este vorba de asemenea de factori interni – cum ar fi conformismul (nevoia de a fi și a face ca ceilalți), pe care-l găsim deja în recreația de la școală, nevoia de a te simți asigurat într-o lume care pare necunoscută și amenințătoare, o modalitate de a te pune în valoare (pentru că, în funcție de marcă și preț, telefonul inteligent este un semn exterior de bogăție, de originalitate sau de modernitate), sau un paliativ pentru plictiseală și singurătate...

Telefonul inteligent ocupă o parte importantă din timpul utilizatorilor, pe care un studiu recent o evalua la 2 ore pe zi pentru locuitorii Statelor Unite. Doar o cincime din această durată este folosită pentru conversație, restul fiind utilizat de alte aplicații (SMS-uri, care ocupă un loc important, mailuri, conectare la Internet și la rețele de socializare...). Această durată nu se scade complet din timpul con-

---

din punct de vedere tehnologic și chiar inutilizabile pentru anumite noi funcții. În numeroase cazuri sunt introduse în mod artificial puncte slabe în echipamente, pentru a le scurta durata de funcționare.

[1] Vance PACKARD a sesizat corect, încă din 1960 (în *The Waste Makers*, David McKay co., Inc., New York, 1960), că societatea de consum funcționează după principiul acestei duble uzuri programate de fabricanți și comercianți.

sacrat altor forme de media, ci se adaugă acestuia într-o oarecare măsură.

MESAJELE (SMS ȘI MMS)

Aproape de la apariția sa, una dintre funcțiile principale ale telefonului mobil a fost trimiterea și primirea de SMS-uri (Short Message Service), adică a textelor sau a mini-mesajelor scrise, de până la 160 de caractere. Acestei funcții i s-a adăugat cea de MMS-uri (Multimedia Message Service), care permite să se anexeze la texte diverse alte documente: mai întâi fotografii, apoi scurte secvențe video sau de sunet. Utilizarea SMS-urilor este foarte răspândită (se numără în jur de 200.000 SMS-uri trimise în fiecare secundă, pe plan global) și principalii utilizatori sunt tinerii (un adolescent american face schimb de 2500 de mesaje pe lună).

Acest succes se datorează mai multor factori: trimiterea și primirea sunt practic instantanee, chiar și în situația în care emițătorul și receptorul sunt foarte departe; costul este foarte mic, chiar și pentru transmisia în străinătate; mesajele pot fi scrise ușor și rapid, datorită faptului că sunt scurte și folosesc o limbă săracă și neglijentă (care face economie atât de formule de politețe, cât și de gramatică), precum și de abrevieri slab codificate, adesea fonetice.

SMS-urile permit transmiterea și receptarea cu mare viteză a unor informații scurte, dar și stabilirea unui contact. În multe cazuri, această ultimă funcție este mai importantă, iar conținutul mesajelor nu este decât un pretext.

SMS-urile – și la un nivel mai redus mailurile – constituie principalul motiv pentru dependența față de telefoanele mobile, a căror funcție primară, cea de telefonie, a devenit secundară. Putem observa peste tot posesori de

mobile care își consultă telefonul în mod obsesiv și aproape tot timpul, pentru a vedea dacă nu au primit un nou mesaj sau pentru a trimite un nou mesaj. O statistică recentă indică faptul că 70% dintre posesorii de telefoane inteligente își verifică mesajele la fiecare 5 minute...

OBIECTELE CONECTATE

Trebuie să menționăm la sfârșit obiectele conectate[1*], care oferă pieței comerciale mari posibilități de dezvoltare prezente și viitoare și care par că extind puterea omului asupra sa și a mediului său înconjurător.

Dispozitivele care permit, fiind în legătură cu un smartphone sau un e-watch (ceas conectat la rețea), să se măsoare diverși parametri fiziologici referitori la sănătate sau la activitatea fizică cunosc deja un mare succes, datorită faptului că se practică tot mai mult sportul individual, a modei dietelor de slăbire și a cultului corpului, cu care aceste dispozitive se află în legătură. Se observă în prezent o dezvoltare importantă a dispozitivelor care permit supravegherea domiciliului și controlul de la distanță – mare sau mică – a echipamentelor din casă și a aparatelor menajere.

Trebuie să adăugăm aici căștile (Google Glass, Holo Lens, Oculus Rift etc.) și alte echipamente corporale care oferă posibilitatea de a se cufunda – cu senzații cu tot – într-o realitate „amplificată" sau într-un univers în întregime virtual. În prezent, 4 miliarde de obiecte conectate sunt deja utilizate de persoane particulare; în fiecare zi se mai adaugă 5,5 milioane de astfel de obiecte; după studiile privind direcția viitoare de dezvoltare, în anul 2020 vor exista 20,8 miliarde de aparate conectate.

[1*] In limba engleză se folosește expresia „the Internet of things" *(n. trad.)*.

II

CÂND MIJLOCUL DE TRANSMITERE A MESAJULUI IA LOCUL MESAJULUI

„Mijlocul de transmitere
a mesajului devine mesaj în sine"
(Marshall McLuhan,
Să înțelegem noile media)

Se spune adesea că *media* nu sunt în sine nici bune, nici rele, calitatea lor depinde de modul cum sunt folosite; altfel spus, nu ar exista *media* rele, ci doar, eventual, o rea folosire a lor. Raționamentul este străvechi, pentru că îl găsim deja la stoici[1] și la anumiți gânditori creștini[2], cu referire la folosirea lucrurilor; el este astăzi invocat referitor la tehnică în general și la *media* în particular. Principiul este, în mare parte, adevărat. Într-o lume în care noile *media* sunt de neocolit, ar fi în zadar, iar într-o anumită măsură contraproductiv, să le interzicem în mod absolut

[1] A se vedea de exemplu EPICTET, *Convorbiri*, II, 5: „Materiile sunt indiferente, însă felul în care ne folosim de ele nu este indiferent."

[2] A se vedea de exemplu MAXIM MĂRTURISITORUL, *Capete despre dragoste*, I, 40, 92; II, 73, 75, 76, 82; III, 1, 4; IV, 91 [tr. rom. în *Filocalia*, vol. 2, EIBMO, București, 2008, pp. 70, 73, 106, 1486 – *n. trad.]*.

copiilor; în schimb, este esențial să-i învățăm cum să se folosească bine de ele, în ceea ce privește conținutul, forma și limitele permise.[1] Este adevărat de asemenea că din mulțimea de utilizatori unii au devenit dependenți de *media* și bolnavi ca urmare a relei și abuzivei lor folosiri, iar alții au învățat să le gestioneze astfel încât să rămână utile, fără a deveni dăunătoare.

Problema însă este mai complexă decât pare. Apariția și dezvoltarea diverselor tehnologii la sfârșitul secolului al XIX-lea și în cursul secolului al XX-lea au dat naștere unor reflecții și discuții filosofice de cel mai înalt nivel, pentru că amploarea efectelor negative a unora dintre ele punea de o manieră stringentă chestiunea inocuității lor intrinsece. În celebrul său eseu *Chestiunea tehnicii*, Heidegger a subliniat puternic pericolele tehnicii și faptul că, contrar ideii lui Descartes, potrivit căreia ea ne-ar face „stăpâni și posesori ai naturii"[2], de fapt ea ne deposedează de natură. Heidegger merge până acolo încât afirmă că, cu cât voința omului de a stăpâni tehnica este mai insistentă, cu atât mai mult ea îi scapă de sub control, iar aceasta datorită caracterului inerent al tehnicii. Fiecare dintre noi poate constata că tehnica, menită în principiu să-l elibereze pe om de servituțile sale și să pună în slujba sa forțele naturii, a avut, în unele domenii, un efect contrar, de dominare și strivire a omului și de distrugere a naturii. Contra ideii că valoarea tehnicii ține de modul cum e folosită și că puterea ei este total supusă voinței omului, Herbert

[1] În acest sens s-a dezvoltat de exemplu opera psihanalistului Serge TISSERON. A se vedea, între altele: *3-6-9-12. Apprivoiser les écrans et grandir*, Éditions Érès, Toulouse, 2013.

[2] *Discours de la methode*, partea a 6-a [tr. rom., *Discurs asupra metodei...*, Ed. Științifică, București, 1957, pp. 87-104 – *n. trad.]*.

Marcuse a atras atenția asupra faptului că: „nu doar utilizarea ei, ci tehnica însăși constituie deja dominare (asupra naturii și a oamenilor)".[1] Astfel, tehnica răspunde „unui proiect socio-istoric: în ea se proiectează ceea ce societatea și interesele dominante intenționează să facă din oameni și lucruri".[2] Dar aceste interese sunt legate de o suprastructură (în același timp politică și economică), care domină persoanele și în mare parte le este impusă. Acest lucru este adevărat *a fortiori* pentru tehnicile utilizate de sistemele de comunicare, la care Edward T. Hall a subliniat „dimensiunea ascunsă".[3]

Marshal McLuhan, care a fost un pionier și rămâne o referință de neocolit în ce privește reflecția asupra *media*, s-a opus, ca și ei, opiniei generale, potrivit căreia valoarea și efectele acestor *media* ar depinde exclusiv de modul folosirii lor, care stă în stăpânirea fiecăruia dintre noi. El constată că toate tehnicile utilizate de colectivitate creează încetul cu încetul un mediu uman totalmente nou, care sfârșește prin a li se impune tuturor. Preceptul central din celebrul său eseu *Să înțelegem noile media*[4] este rezumat în formula „mijlocul de transmitere a mesajului este însuși mesajul".[5] Mesajul pe care îl vehiculează un mijloc oarecare de transmitere a acestuia pare a fi esențial. Dar, după McLuhan, avem de-a face aici cu o iluzie optică. Mijlocul de transmitere are în sine un impact cu mult mai mare decât mesajul asupra modului de viață a indivizilor, asupra

[1] *L'Homme unidimensionnel*, Éditions de Minuit, Paris, 1966.

[2] *Ibid.*

[3] *La dimension cachée*, Édition du Seuil, Paris, 1971. A se vedea și: *Au-delà de la culture*, Éditions du Seuil, Paris, 1979; *Le langage silencieux*, Éditions du Seuil, Paris, 1984.

[4] Ediția a II-a, New York, 1965; tr. fr. Paris, 1968.

[5] Este titlul cap. 1.

modului lor de gândire și de acțiune, un impact cu mult mai mare decât mesajul. Într-adevăr, mesajul este variat și se schimbă necontenit, fapt care îi relativizează importanța și îi slăbește impactul, în timp ce mijlocul de transmitere impune o structură constantă, care marchează profund societatea și pe membrii săi, și încet-încet le transformă.

> Este fără îndoială surprinzător, scrie McLuhan, să-ți dai seama că în realitate și în practică, adevăratul mesaj este însuși mijlocul de transmitere a mesajului, adică să-ți dai seama pur și simplu că efectele unui mijloc de transmitere asupra individului și societății depind de schimbarea de nivel pe care o produce fiecare nouă tehnologie, ca prelungire a noastră, în viața noastră.[1]

Afirmația că „mijlocul de transmitere a mesajului este mesajul însuși" înseamnă că „mijlocul de transmitere a mesajului este cel care creează moda și determină nivelul activității și al relațiilor dintre oameni. Conținutul sau folosirea noilor *media* sunt diverse și fără efect asupra naturii relațiilor umane. Într-adevăr, una dintre principalele caracteristici ale noilor *media* este aceea că natura lor este camuflată de conținutul lor."[2] McLuhan denunță cu severitate iluzia celor care, fixându-se doar pe conținutul noilor *media*, cred că valoarea și efectele lor depind de puterea noastră de a le utiliza după cum dorim:

> Atitudinea noastră tradițională față de media, care constă în a spune că ele au valoarea pe care noi le-o dăm prin

[1] *Op. cit.*, p. 25. De exemplu, în ce privește tehnologiile, „calea ferată nu le-a adus oamenilor [ca noutate] nici mișcarea, nici transportul, nici roata, dar ea a accelerat și a amplificat nivelul funcțiilor umane existente, a creat forme noi de orașe și noi modalități de lucru și de destindere" (*ibid.*, p. 26).

[2] *Ibid.*, p. 27.

> ceea ce facem din ele, este atitudinea tipică de toropeală a unor înapoiați din punct de vedere tehnologic cum suntem noi. „Conținutul" unui mijloc de transmitere a unui mesaj, în realitate, este pentru minte bucata de carne cu care hoțul îl momește pe câine, ca să-i distragă atenția.[1]

Precum Marcuse și Hall, McLuhan subliniază puterea pe care *media*, prin structura și modul lor de funcționare, o au asupra noastră, fără să ne dăm seama: „toate mediile au această putere de a impune oricui nu este atent principiile pe care se sprijină".[2] Din cauza inconștienței noastre, *media* ne-au înglobat în sistemul lor de organizare și ne-au făcut prizonierii lui: „supunerea inconștientă și docilă în fața șocului produs de *media* a făcut din ele închisori fără ziduri pentru cei care le folosesc".[3]

Mijlocul de transmitere a mesajului fiind mai important decât mesajul, „nu la nivelul ideilor și al conceptelor se produc efectele tehnologiei; raporturile dintre simțuri și modelele de percepție sunt cele pe care tehnologia le schimbă puțin câte puțin, fără să întâmpine nici cea mai mică rezistență".[4]

Mai recent, Nicolas Carr, într-o celebră lucrare intitulată *Internetul prostește?*, a arătat, plecând de la experiența sa personală și sprijinit pe numeroase studii, cum Internetul, mijlocul de transmitere de informații cel mai utilizat în prezent, alterează structura creierului și-i modifică în profunzime diferitele funcții:

> Un lucru este foarte clar, scrie el: dacă, știind ce se cunoaște azi despre plasticitatea creierului, ați căuta să inven-

[1] Observație din *op. cit.*, p. 36.
[2] *Ibid.*, p. 33.
[3] *Ibid.*, p. 39.
[4] *Ibid.*, p. 37.

tați un dispozitiv care să recableze circuitele noastre mintale cât se poate de repede și de complet, veți ajunge probabil să concepeți ceva care ar semăna mult cu Internetul și care ar funcționa ca el. [...] În afara alfabetelor și a sistemelor digitale, Netul ar putea fi într-adevăr tehnologia cea mai puternică de modificare a minții, din câte au ajuns vreodată să fie utilizate pretutindeni. Cel puțin, este cea mai puternică tehnologie după apariția cărții.[1]

Această analiză poate fi extinsă asupra diferitelor alte *media* asociate cu Internetul.

Cum bine observa McLuhan, impactul noilor *media* nu se limitează la viața psihică sau intelectuală a indivizilor, ci afectează modul de viață și gândire al întregii societăți.

Werner Heinsenberg, în eseul său *Natura în fizica contemporană*, nota de o manieră generală că schimbările tehnice transformă nu doar modul obișnuit de viață, ci și modelele de gândire și scara valorilor din societatea care le operează.[2]

Dar încă în Antichitate existau înțelepți conștienți de înrâurirea rea pe care până și tehnica cea mai rudimentară putea s-o aibă asupra vieții psihice, afective, intelectuale și spirituale. Iar dezvoltarea tardivă a tehnicii în istorie se datorează, fără urmă de îndoială, nu atât incapacității societăților tradiționale[3] de a o inventa, cât reticenței lor de a o pune în lucrare, printr-o adevărată premoniție a efectelor ei devastatoare asupra vieții lăuntrice a ființei umane. Iată, în această privință, o semnificativă apoftegmă scoasă din comoara înțelepciunii chineze antice:

[1] N. CARR, *Internet rend-il bete?*, Robert Laffont, Paris, 2011, p. 168.
[2] Editura Gallimard, Paris, 1962, pp. 25-28.
[3] În sensul pe care îl dă Mircea Eliade acestei expresii, opunându-le societăților moderne.

Tze-Kung, discipolul lui Confucius, întorcându-se din principatul Tch'u în principatul Tsinn, aproape de râul Han văzu un om care își uda grădina, în care săpase un șanț pentru apă. Bătrânul se cobora în puț, își umplea găleata cu apă, se aburca cu ea în brațe, apoi o vărsa în șanț. O trudă istovitoare, cu puțin spor. Tze-Kung îi spuse: „Ai putea să umpli o sută de șanțuri într-o singură zi. Vrei să știi cum? Iei o prăjină, îi agăți o piatră la un capăt, iar la celălalt prinzi găleata. Așa, poți scoate apa iute ca dintr-un izvor. Asta se cheamă fântână cu cumpănă." Atunci, bătrânul spuse: „Am învățat de la maestrul meu că cine se folosește de o mașinărie ca să-și facă lucrul său, îl face ca o mașinărie, iar cel care își face lucrul său ca o mașinărie, ajunge să aibă un suflet de mașinărie, iar cel care are în pieptul lui un suflet de mașinărie își pierde curăția de prunc. Cel care și-a pierdut curăția are mișcările sufletului său tulburate. Iar tulburarea sufletului său împiedică sălășluirea în pace a Principiului în inima sa. Nu că n-aș cunoaște lucrul de care mi-ai vorbit, dar m-aș rușina să-l folosesc." Uimit, Tze-Kung, plecându-și capul, tăcu, fără să mai spună nimic.[1]

Acest text este foarte semnificativ, pentru că vorbește deopotrivă despre capacitatea unei tehnologii de a-l forma pe cel care o utilizează după chipul ei, de a-l face să-și piardă anumite stări firești, de a-i aduce frământare în suflet și de a-i tulbura legătura cu Dumnezeu.

Se poate de asemenea menționa capacitatea noilor media de a crea noi necesități, chiar și atunci când ne dau impresia că răspund unor necesități mai vechi. Raffaele Simone propune astfel să se vorbească nu despre „adaptare", ci despre „exaptare", pentru a sublinia că în acest caz

[1] TCHOUANG-TZEU, *Nan-hoa-tchen-king*, Capitolul 12K, în L. WIEGER, *Les Pères du système taoïste*, Éditions Les Belles Lettres, Paris, 1950, pp. 300-301 (traducere modificată).

organul este cel care crează funcția, și nu invers. El scrie în acest sens:

> Ubicuitatea noilor *media* produce o rețea de o asemenea densitate, încât produce la utilizatori un gigantic lanț de „exaptări". Cantitatea de nevoi care se ivește astfel este de așa natură, încât e dificil să i se dea o explicație în câteva cuvinte. Nevoia de a vorbi la telefon s-a născut dintr-o reprimare de-a lungul secolelor sau, de fapt, ea s-a născut *ex novo* din posibilitatea de a deține un aparat mobil accesibil ca preț? În ce străfunduri ale omului sta ascunsă spectaculoasa nevoie de comunicare pe care o observăm în întreaga lume de când există telefonul mobil? Nevoia de a trimite mesaje SMS (miliarde și miliarde în fiecare zi, peste tot globul) zăcea ea oare nesatisfăcută în adâncul inconștientului uman, sau a fost creată piesă cu piesă de faptul că avem la îndemână o resursă tehnică? Nevoia de a asculta muzică în orice loc, în orice clipă, era ea oare reprimată cu forța, sau a fost de fapt indusă *ex novo* prin crearea de aparate portabile care permit stocarea și audierea pieselor muzicale? Nevoia de a vedea și a fi văzut *on line* era ea oare tăinuită în adâncurile obscure ale minții, așteptând să iasă la iveală, sau nașterea ei se datorează de fapt exploziei planetare a fotografiilor digitale? Cred că răspunsul corect la toate aceste întrebări este cel de-al doilea. În acest caz, modernitatea tehnologică a dat loc unei gigantice „exaptări" a speciei noastre.[1]

Dar trebuie mai cu seamă subliniată influența noilor *media* în modelarea facultăților celor pentru care ele au devenit adevărați idoli[2], prefigurată în mod premonito-

[1] *Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web*, Gallimard, Paris, 2012, pp. 21-22.

[2] Aceasta nu privește doar persoanele dependente („addicts"), ci, într-o anumită măsură, pe toți utilizatorii, căci – notează McLuhan – „supunându-ne neîntrerupt tehnicii, devenim servo-mecanisme. Iată de ce,

riu în Scriptură, în aceste versete din Psalmul 113, 12-16: „Idolii neamurilor sunt argint și aur, lucruri de mâini omenești. Gură au și nu vor grăi; ochi au și nu vor vedea; urechi au și nu vor auzi; nări au și nu vor mirosi; mâini au și nu vor pipăi; picioare au și nu vor umbla, nu vor glăsui cu gâtlejul lor. Asemenea lor să fie cei ce-i fac pe ei și toți cei ce se încred în ei."

În spatele varietății mesajelor și al impactului acestora, la noile *media* există o structură proprie și un mod de funcționare care, prin exigențele lor (mai ales cele privind reactivitatea și ritmul) și prin efectul repetiției și al obișnuinței instituit de ele, influențează felul în care noi vedem lumea, percepem spațiul și timpul, ne organizăm existența, abordăm realitatea și persoanele apropiate sau îndepărtate cu care coabităm. Această influență nu este minoră, ci, după cum vom vedea în capitolele următoare, modifică și formatează încetul cu încetul, într-un mod nou, raportul nostru cu corpul, fiziologia corporală (cea a conexiunilor cerebrale, a simțurilor, a reflexelor și mișcărilor noastre), viața noastră psihică (în funcțiunile sale care privesc voința, dorința, memoria și imaginația, în reacțiile emotive și în sentimente), viața intelectuală și spirituală, precum și felul nostru de a fi în relație cu noi înșine, cu ceilalți și cu Dumnezeu, până la a constitui un nou tip de ființă omenească, *homo connecticus.*

---

dacă vrem cu orice preț să utilizăm aceste obiecte – aceste prelungiri ale noastre –, atunci trebuie să le slujim ca unor zeități, să le cinstim ca pe niște religii" (*op. cit.*, p. 66). Caracterul religios al noilor *media* și al utilizării lor a fost puternic subliniat de Philippe Breton în cartea sa *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?*, La Decouverte et Syros, Paris, 2000. Vom reveni asupra acestui subiect.

III

NOII MEDIATORI DEVENIȚI TIRANI

„Și-i silește pe toți, pe cei mici și pe cei mari, și pe cei bogați și pe cei săraci, și pe cei slobozi și pe cei robi, ca să-și pună semn pe mâna lor cea dreaptă sau pe frunte, încât nimeni să nu poată cumpăra sau vinde, decât numai cel care are semnul, adică numele fiarei, sau numărul numelui fiarei"
(*Apocalipsa* 13, 16-17)

„Cred că majoritatea oamenilor nu doresc ca Google să le răspundă la întrebări. Ei doresc pur și simplu ca Google să le spună ce să facă"
(Eric Schmidt,
președintele consiliului de administrație Google).

NOILE MEDIA, REPERE OBLIGATORII ȘI MEDIATORI POLITICI, ECONOMICI ȘI SOCIALI

Noile *media* au devenit repere majore și mediatori din ce în ce mai indispensabili în domeniul politic, economic și social.

Medierea se exercită în dublu sens. Pe de o parte, operatorii economici le folosesc în interesul lor, pentru a-și dezvolta activitatea comercială. Nu e vorba doar de faptul

că s-a dezvoltat comerțul *on line*, dar efectiv este imposibil să procuri anumite produse sau servicii fără să accesezi Internetul.

Tot așa stau lucrurile când e vorba de anumite servicii care țin de administrația publică, care impun completarea unor formulare *on line*.

Mobilul a devenit indispensabil pentru cumpărăturile pe Internet în cadrul sistemelor de securizare a plăților, iar dispariția biletelor din transportul în comun îl va face în curând indispensabil și în aceste domenii, în care folosirea lui s-a răspândit deja foarte mult.

Este foarte probabil ca, într-un viitor apropiat, plățile care se fac azi prin card bancar să se facă prin intermediul unor cip-uri plasate pe orice obiect conectat la Internet, care ulterior vor fi introduse în corp sub forma unor implanturi, așa cum a început deja să se practice în Statele Unite. Medierea își va atinge atunci punctul culminant, profețită în acești termeni în cartea Apocalipsei:

> Și-i silește pe toți, pe cei mici și pe cei mari, și pe cei bogați și pe cei săraci, și pe cei slobozi și pe cei robi, ca să-și pună semn pe mâna lor cea dreaptă sau pe frunte, încât nimeni să nu poată cumpăra sau vinde, decât numai cel care are semnul, adică numele fiarei, sau numărul numelui fiarei. (13, 16-17)

A devenit deja indispensabilă conexiunea la Internet și mai ales posedarea unui telefon mobil pentru a putea aspira la anumite joburi, scopul subiacent al angajatorilor fiind acela de a-i avea pe salariații lor permanent la dispoziție, inclusiv în afara orelor de program.

Sistemul școlar și universitar impune, la rândul său, deținerea unui calculator conectat la Internet, nu numai

pentru desfășurarea activităților de cercetare, ci și pentru accesul la documentele puse la dispoziție de profesori sau la temele de lucru, la testele sau examenele *on line*.

Unele școli solicită în plus calitatea de membru într-o rețea de socializare, ca semn al motivării și angajamentului studenților.[1]

În toate aceste cazuri, medierea ia forma unei obligații impuse de operatorii economici sau sociali, de a deține și a folosi noile *media*, ca factori indispensabili de integrare în instituții și în funcționarea lor.

Dintr-un cu totul alt punct de vedere, în domeniul politic, noile *media* sunt folosite de guvernanți, de stat sau de cei care aspiră la putere, ca mijloace de propagandă politică, de condiționare sau de supraveghere.

Dinspre partea utilizatorilor, vedem că aceștia se servesc de noile *media* în calitate de mediatoare nu doar pentru că le sunt impuse ca atare, ci și fiindcă simt în mod subiectiv această nevoie, pentru a se localiza în spațiu în absența unui alt mod de mediere.

Telefoanele mobile au devenit mijloace de a se localiza fizic și geografic grație sistemului GPS, a aplicației „Plan" (în Franța), sau pentru a căuta o adresă. În fiecare lună, un miliard de persoane încredințează aplicației Google Maps sarcina de a-i orienta și de a le stabili un itinerariu.

În cadrul familiei, telefoanele mobile au devenit, nu doar prin apeluri, ci și prin sistemele lor de localizare, un mijloc a ști unde se află fiecare dintre membrii ei. Într-un astfel de nou sistem de supraveghere a copiilor și adoles-

---

[1] Din această cauză, recent, unui student de la Universitatea din Angers i-a fost refuzată înscrierea la masterat pentru că nu avea un cont pe Twitter.

cenților, aceștia își văd diminuate autonomia de care au nevoie pentru a se maturiza și sentimentul de libertate de care au nevoie pentru a se împlini.

DEPOSEDAREA DE VIAȚA PERSONALĂ

Calculatoarele, tabletele sau smartphone-urile au devenit astfel instrumente care permit situarea din punct de vedere psihologic, intelectual, cultural și chiar spiritual. De la ele se așteaptă răspunsul la toate întrebările pe care cineva și le pune pe moment, fapt care conduce la o sărăcire a relațiilor cu ceilalți, la abandonarea recursului la textul scris, la absența eforturilor de obținere a unor competențe și totodată la o anumită lene de a găsi în sine resursele necesare pentru aceasta.

Marile întreprinderi care dirijează producția, folosirea și conținutul noilor *media* fac și organizează totul pentru ca utilizatorul să fie deposedat de gestionarea celor din jurul său: obiectele conectate și robotica casnică informatizată sunt în mod abil prezentate ca instrumente de facilitare a vieții materiale și – lucru care sensibilizează mai mult – ca un ajutor prețios într-o situație de handicap, care permite păstrarea sau redobândirea autonomiei. În realitate, e vorba de dorința acestor mari concerne de a prelua controlul asupra funcționării ansamblului, cu scopul de a înmagazina beneficiile legate de cumpărarea produselor de bază și a consumabilelor, de a ajusta cât mai bine exploatarea lor economică și de a strânge o multitudine de informații pe care le pot vinde diverșilor prestatori. Aceste două scopuri din urmă se urmăresc prin instalarea obli-

gatorie în toate gospodăriile a unor contoare inteligente[1], capabile nu doar să identifice durata perioadei de consum, ci și să recunoască diferitele aparate conectate la rețeaua electrică, precum și momentul și timpul cât funcționează. Un alt exemplu: dacă Google depune atâtea eforturi să realizeze o mașină autonomă, care transformă șoferul în pasager, aceasta nu este, evident, în scopul filantropic de a-i asigura liniștea și odihna, ci în acela de a strânge date comercializabile privind utilizarea vehiculului (cât timp funcționează pe zi, destinații preferate, traseul folosit în mod obișnuit, numărul de pasageri, posturile de radio, emisiunile sau melodiile preferate etc.). Aceste mari firme au prevăzut totul pentru ca individul să nu mai fie stăpân pe corpul său: feluritele obiecte conectate la corp – în primul rând ceasurile de tip e-watch și analogele sale – au devenit nu doar mijloace de a colecta prețioase date care se pot vinde (referitor la sănătatea și consumul corpului), dar și antrenori (*coachs*) în activitatea fizică și în comportamentul alimentar. Milioane de utilizatori se supun orbește exigențelor dietetice comandate de obiectele conectate (exigențe stabilite în funcție de greutatea corpului, de masa adipoasă, de cea musculară, de numărul de calorii absorbite, de activitatea fizică și caloriile consumate), precum și tiraniei numărului de pași ce trebuie făcuți de-a lungul zilei.

[1] Fiecare aparat – de la imprimantă la frigider, trecând prin filtrul de cafea și mașina de spălat – este programat să comande automat pe Internet produsele necesare pentru funcționarea lui. (O notă a traducătorului: Recent, un dispozitiv casnic de acest fel a efectuat în mod greșit o comandă, luându-se după o voce auzită la televizor. A se vedea: http://www.dailymail.co.uk/news/article-4100446/How-Amazon-s-gadget-blows-cash-listening-TV-Owners-left-pocket-device-ordered-dolhouses-discussed-news-show.html).

Noile *media* dirijează de asemenea alegerile lui *homo connecticus* în ce privește cumpărăturile în domenii din cele mai diverse, nu doar prin intermediul numeroaselor site-uri comparative (legate în realitate de anumiți producători și prestatori de servicii comerciale, care propun ierarhii conforme cu propriile interese), ci și prin sugestiile propuse în urma evaluării profilului consumatorului pe baza analizării datelor înregistrate în prealabil.

Homo connecticus ajunge astfel să-și încredințeze acestor Big Data (colecțiile de date ale marilor corporații care gestionează noile *media*) o parte tot mai mare din viața sa cotidiană, nu doar în aspectele sale materiale, ci și în cele culturale. Uneori, el își încredințează chiar și viața afectivă cea mai intimă: site-urile de întâlniri așa-zis „amoroase", care au scopul de a oferi sufletului însingurat, pe baza calculului digital al parametrilor personali, partenerul ideal, au cunoscut o dezvoltare considerabilă în rețea.

OMUL EXTRO-DIRIJAT

Noile *media* au devenit adevărate GPS-uri pentru gândirea și acțiunea umană, care permit insului să găsească în exterior o direcție pe care altădată o căuta în sine sau printre cei apropiați. Philippe Breton scrie pe această temă:

> O caracteristică a tentativei de absorbire a lumii de către *media* este importanța pe care o capătă în calitate de sisteme de orientare externă a acțiunii umane. [...] *Media* au devenit azi de neocolit, căci ele sunt de-acum singurul spațiu în care aflăm informațiile ce permit descifrarea diverselor universuri în care evoluăm.[1]

---

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1997, pp. 150-151.

În analiza pe care o face societății moderne într-o epocă în care *media* digitale încă nu existau, David Riesman a sesizat cu acuitate deosebirile care începeau să se manifeste între un om intro-dirijat (*inner-directed*), adică dirijat din interior, capabil să dispună de un „giroscop" intern pentru că își dobândise autonomia asimilând principiile de orientare stabile, moștenite din mediul familial inserat într-o tradiție (care îl făcea totodată *tradition-directed*), și omul modern, extro-dirijat (*other-directed*), adică omul care a ajuns dependent de sisteme de orientare sau de repere externe, pentru care radarul a înlocuit giroscopul.[1]

Din observațiile precedente rezultă că noile *media* au produs un sistem de alienare fără precedent, dându-i totuși insului iluzia că puterea și libertatea lui au sporit.

---

[1] *La Foule solitaire. Anatomie de la société moderne*, Arthaud, Paris, 1964. Ediția originală americană datează din 1950.

IV

DEZINTEGRAREA CULTURII

„Din punct de vedere comercial,
cultura constituie un dezavantaj"
(Bernard Pivot, *Le métier de lire)*

Noile *media* joacă în viața culturală (în sens general) un rol de prim-plan. Ele au facilitat, fără nici o îndoială, accesul unui mare număr de persoane la informație și la cultură, sub diferitele ei forme, mai ales ca urmare a desființării distanțelor și costurilor, a capacității lor de a integra diverse *media* (texte, imagini, sunete...), a puterii lor de difuzare și re-difuzare, a capacității lor de stocare și de a pune permanent la dispoziție un număr nelimitat de date, și ca urmare a posibilității pe care ele o oferă fiecărei persoane, conform nivelului și nevoilor proprii, de a-și însuși aceste date prin descărcarea lor, pentru a-și constitui o bază documentară, o bibliotecă, o discotecă sau o cinematecă personală. Ele au permis de asemenea schimbul pe scară largă între diverse culturi, transformând, și în acest domeniu, „lumea într-un sat", în care toți se întâlnesc și se cunosc între ei.

Acest nou peisaj nu este însă atât de idilic pe cât pare la prima vedere.

REDUCEREA CALITĂȚII ȘI A FIABILITĂȚII INFORMAȚIEI

Unul dintre sectoarele vieții culturale cel mai puternic marcat de noile *media* este cel al informației, care pare a fi obținut de la acestea multe avantaje, dar care a suferit și multe prejudicii.

Televiziunea

În cursul ultimelor două decenii, televiziunea a cunoscut o dezvoltare care aprioric părea favorabilă informației, concepută la modul general, adică implicând domeniul cultural și nu doar cel referitor la știrile de strictă actualitate. Au apărut o serie de canale culturale care nu sunt strict specializate (ca *Arte* în Franța și Germania) sau specializate (ca posturile dedicate muzicii clasice, istoriei sau geografiei) sau semi-culturale (precum Canalul 5, în Franța), oferind o alternativă la marile posturi de stat sau privite, care nu sunt strict specializate. Dar, de fapt, acestea din urmă atrag cel mai mare număr de telespectatori, în timp ce primele nu rețin atenția decât unei minorități cultivate și există numai datorită masivelor subvenții publice (ca și în cazul posturilor de radio dedicate culturii, cum sunt în Franța *France Culture* sau *France Musique*).

Marile canale TV nespecializate joacă un rol considerabil în difuzarea informației și ele sunt cele care pun mai multe probleme în ceea ce privește calitatea ei.

Televiziunea a apărut ca o formidabilă sursă de informație, pentru că ea poate să ofere înregistrări video ale evenimentelor prezentate, aducând în plus, față de emisia sonoră a posturilor de radio, imagini, și oferind o reprezentare a faptelor mai completă și mai vie decât fotografiile din ziare

și reviste. Televiziunea, de asemenea, poate realiza reportaje care combină imagini filmate la fața locului cu imagini de arhivă, mărturii și comentarii diverse. „Televiziunea și-a câștigat un rol de pilot în materie de informare datorită monopolului deținut asupra imaginii animate, obligând celelalte *media* s-o imite sau să rămână în urmă."[1]

Dând impresia, prin forța imaginii, că se află în inima realității, televiziunea pare că acreditează tot ce prezintă, și cele acreditate în acest fel apar în mod spontan ca adevărate pentru spectatorul obișnuit (de unde și expresia populară „E adevărat, am văzut eu la televizor!").

Legătura stabilită între imagine și realitate este atât de puternică, încât realitatea unui eveniment de la care nu există decât puține imagini este diminuată, iar un eveniment pentru care nu avem deloc imagini este aproape ignorat.

Televiziunea include însă o serie de factori care limitează gradul de credibilitate al informațiilor transmise:

1) o subordonare față de puterea politică, evidentă în cazul posturilor publice, dar sesizabilă și în cazul celor private[2];

2) o subordonare aproape totală față de puterea economică, care apare în mod clar în ce privește posturile private (care sunt înființate sau cumpărate, apoi întreținute de marile grupuri industriale sau financiare), dar perceptibilă și în cazul posturilor publice (ale căror venituri din publicitate depind de firmele private).

Subordonarea televiziunii față de puterea politică face ca ea să joace un rol activ în propagandă și în dezinforma-

---

[1] I. Ramonet, *La Tyrannie de la communication*, Gallimard, Paris, 2004, p. 81.

[2] A se vedea între alții S. Halimi, *Les nouveaux chiens de garde*, ed. a II-a, Liber-Raisons d'agir, Paris, 2005.

re[1], un rol care firește nu-i este propriu, dar pentru care ea pune în lucrare marea forță a imaginii și manipulările la care aceasta se pretează foarte ușor.

Subordonarea televiziunii față de puterea economică a avut efecte încă și mai destructurante pentru viața culturală. Veniturile din publicitate fiind direct proporționale cu nivelul de audiență (care este în permanență măsurat și comunicat posturilor TV), posturile de televiziune au tot interesul să atragă un public cât mai numeros, ceea ce implică conceperea de emisiuni accesibile și interesante unui cât mai mare număr de persoane. Acest dublu obiectiv implică în mod necesar o nivelare intelectuală, culturală și lingvistică până la cel mai mare numitor comun, ca și o tematică ce corespunde celor mai de rând interese, preocupări, dorințe și pasiuni. E vorba de a evita orice moment nu numai de plictiseală, ci și de efort pentru telespectatori, și de a le oferi maximum de divertisment și de plăcere, în contrast cu grijile vieții de zi cu zi. Este motivul pentru care majoritatea emisiunilor sunt ficțiuni (filme și seriale) care plonjează spectatorul într-o altă lume (ajutându-l să-și suporte existența prin faptul că-l face să viseze la o viață care se presupune a fi mai bună sau arătându-i că alții au o viață mai grea decât a lui), emisiuni de varietăți, jocuri sau *reality show*.

În ceea ce privește informația, goana după audiență conduce la alegerea evenimentelor spectaculoase în detrimentul celor care nu au această calitate, dar adesea sunt mult mai semnificative.

---

[1] A se vedea între alții H.P. Cathala, *Le Temps de la désinformation*, Stock, Paris, 1986; G. de Sélys (éd.), *Médiamensonges*, EPO, Bruxelles, 1990; S. Halimi, *L'Opinion, ça se travaille*, ediția a 5-a, Agone, Marseille, 2006.

Concurența dintre posturile TV le face să caute să transmită noutățile cât mai rapid sau chiar instantaneu. De mulți ani televiziunea este dominată de ceea ce Ignacio Ramonet denumește „beția știrilor în direct".[1]

Această căutare permanentă de „breaking news" afectează grav calitatea informației. A informa, într-adevăr, nu înseamnă a transmite o informație brută. Comunicarea unei imagini sau unui sunet nu este în sine o informație. Informația constă în situarea evenimentului în contextul său, în analizarea lui, în evaluarea importanței și sublinierea semnificației lui. Orice informație implică o verificare și o reflecție, iar aceasta presupune o distanțare. Or, starea de urgență, presiunea sub care lucrează posturile TV, goana după evenimente „în direct" (*live*) nu permit așa ceva. Munca echipei de jurnaliști care a verificat informația și cea a jurnalistului care a „digerat-o" prin analiză și reflecție și care a redactat o prezentare în care și-a măsurat fiecare cuvânt înainte de a o preda au devenit astăzi chiar adevărate obstacole. Philippe Breton vorbește în acest sens despre un „proces de descalificare a intermediarilor" în numele unei pretinse transparențe și al unei pretinse circulații libere a informației.[2]

Îndată ce se produce un eveniment, mai curând decât o analizare la rece, e vorba de plasarea în centrul lui.

Pentru aceasta se trimite rapid o echipă „la fața locului"; dacă aceasta nu are acces direct la eveniment, este filmat reporterul, a cărui prezență pe ecran are rolul de a menține atenția telespectatorilor, cărora le spune că aș-

[1] *La Tyrannie de la communication*, Gallimard, Paris, 2004, p. 53.

[2] *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?*, La Découverte et Syros, Paris, 2000, p. 66.

teaptă din clipă în clipă informații mai detaliate...[1] După cum notează Ignacio Ramonet, adeseori capacitatea de a intra în legătură cu un loc de la capătul lumii devine informația principală.[2]

Alteori se pun întrebări prin telefon unui martor oarecare – care adesea n-a văzut ce s-a întâmplat sau n-a văzut decât o parte din cele întâmplate –, care în orice caz nu este în măsură să înțeleagă evenimentul cu profesionalismul necesar, și nu face decât să ofere câteva impresii fragmentare și subiective. Numeroase subiecte sunt relatate prin tehnica de interviuri luate direct de pe stradă (a „micro-trotoarelor"), care constă în culegerea de mărturii care să fie diferite, de la trecători mai telegenici, ca și cum impresiile diverse ale unor persoane oarecare ar putea oferi o viziune completă și obiectivă asupra unui subiect.

Intervenția Internetului și a telefoanelor inteligente în difuzarea instantanee a informației a agravat și mai mult problema lipsei de credibilitate a surselor, prin adăugarea de fotografii și înregistrări rupte din context, de zgomote produse artificial și rumoare de voci, adesea reproduse fără o analiză critică de anumite *media*, pentru a alimenta un flux de informație care nu trebuie să se întrerupă și care are „oroare de vid".[3]

Canalele de informare permanentă, pentru a exista, sunt silite fie să se tot repete (ceea ce însă le scade audien-

[1] A devenit un fapt obișnuit ca, atunci când guvernul se exprimă asupra unui eveniment sau urmează să adopte o hotărâre, televiziunile să dea legătura cu un reporter despre care ni se spune că este „la Palatul Elysée" sau „la Ministerul de Interne", când de fapt el se află pe stradă, ținut de forțele de ordine la o distanță respectabilă de acea clădire.

[2] *La Tyrannie de la communication*, Gallimard, Paris, 2004, p. 54.

[3] *Ibid.*, pp. 54-55.

ța), fie să facă dintr-un lucru de nimic o știre importantă, pentru a da impresia că prezintă o noutate.

Aproape în toate cazurile când se produce un eveniment, *media* sunt mânate doar de grija de a transmite informația „la cald", și-l pun pe telespectator în situația unei ființe perceptive și emotive, iar nu a unei ființe reflexive. Paradoxul este că jurnalistul se pune el însuși în aceeași situație.[1]

Aparentul caracter imediat al informațiilor, care pare să-l plaseze pe telespectator în miezul evenimentelor, nu exclude faptul că ele fac parte dintr-un scenariu – și că telespectatorul este manipulat –, îndeosebi printr-un comentariu verbal care le supravalorizează – subliniindu-se mai ales caracterul lor inedit sau excepțional – și le oferă o încărcătură emoțională; pentru că emoția este și ea un factor de creștere a audienței, care trebuie generat și întreținut. Această dramatizare contribuie și ea la golirea de conținut a informației, pentru că tinde să o eclipseze.

Într-un capitol intitulat „Implozia semnificației în media", Jean Baudrillard remarcă faptul că „noi suntem într-un univers unde există tot mai multe informații și tot mai puțină semnificație"[2]. „Informația își devorează conținutul", deoarece, „în loc să producă semnificație, ea se epuizează în regizarea semnificației".[3] „Tot conținutul de semnificație este absorbit de forma dominantă a mijlocului de comunicare", așa încât „mijlocul de comunicare este singurul care produce evenimentul"[4]. Regăsim aici constatarea centrală a lui McLuhan: „*medium is the message*", mijlocul de transmitere este însuși mesajul.

[1] *Ibid.*, pp. 113-114.
[2] *Simulacres et simulation*, Galilée, Paris, 1981, p. 119.
[3] *Ibid.*, p. 121.
[4] *Ibid.*, p. 123.

Internetul

Internetul a înmulțit izvoarele de informație în toate domeniile și le-a pus imediat, fără costuri și fără efort, la îndemâna tuturor. Dar care este calitatea acestor informații?

Web-ul ne furnizează de fapt o lume virtuală nu doar când este vorba de imaginar (filme, jocuri video, fotografii selecționate și modificate etc.), dar și când este vorba de lumea reală, pentru că aceasta ajunge la noi în acest caz printr-o serie de filtre – constituite printr-o percepție și o descriere mai mult sau mai puțin corecte, oricum în mod inevitabil subiective și direcționate într-un anumit mod – create de cei care produc, transmit și exprimă informația.

Sursele tradiționale de informație nu sunt nici ele, desigur, lipsite de defecte, dar orientarea, modul lor de referință și calitatea lor sunt aprioric cunoscute. Putem merge către ele printr-o alegere bine gândită, în timp ce în cazul unui motor de căutare, la care face apel majoritatea utilizatorilor Web-ului, acesta este cel care alege, dând falsa impresie că paginile prezentate pe primele locuri sunt acolo pentru că sunt cele mai bune. Credem de fapt în mod spontan că lista furnizată de motoarele de căutare corespunde unei clasificări descrescătoare privind calitatea (pentru că așa clasificăm noi informațiile atunci când le prezentăm altora), când de fapt situația nu este deloc așa.

Când facem o căutare pe un subiect anume, informațiile apar într-o ordine stabilită de motoarele de căutare (Google, Bing etc.) în funcție de criterii adesea nu foarte clare (de exemplu, Google a ascuns întotdeauna cu grijă algoritmul care definește modul de selecție și ordonare), dar având întotdeauna un fond cantitativ și comercial: vor apărea pe primele locuri site-urile care 1) fie conțin

numeroase *link*-uri; 2) fie sunt frecvent accesate (adesea tocmai pentru că apar pe primele locuri, fapt ce conduce la un cerc vicios!); 3) fie pentru că, după accesare de către utilizator, aduc un comision motorului de căutare, așa cum se întâmplă în sistemul CPC („cost per clic", adică suma plătită de firma de publicitate către motorul de căutare sau administratorul site-ului pentru fiecare clic pe un *link* – text, imagine, video – care-l va trimite pe utilizator spre site-ul firmei de publicitate respective).

Este de la sine înțeles de asemenea faptul că în motoarele de căutare apar doar informațiile de referință; ele sunt aproape întotdeauna în funcție de criterii comerciale (de exemplu, informațiile despre un scriitor includ în primele locuri librăriile și nu conținutul operei sau biografia acestuia; o zonă geografică va fi reprezentată în primul rând de site-urile hotelurilor, restaurantelor și agențiilor de turism...). De aceea, referențierea exprimă rareori aspectele cele mai caracteristice ale persoanei, obiectului sau evenimentului despre care se caută informații, rezultatul fiind o imagine parțială și părtinitoare.

Motoarele de căutare nu se mulțumesc doar să orienteze informația prin intermediul alegerii paginilor pe care le propun și al priorității pe care le-o acordă. Ele o fac încă și la nivelul a ceea ce se caută, propunând subiecte și formulări din clipa în care utilizatorul a început să scrie primele litere. Motoarele de căutare denumesc lucrul acesta „căutare semi-automată" sau „ajutor în căutare", ca și cum ar fi vorba de un simplu serviciu menit să ușureze sarcina internautului. În realitate, este vorba de dirijarea lui spre anumite pagini, propuse spre consultare din rațiuni comerciale. Sugestiile care i se fac sunt tot mai precise da-

că internautul a activat anumite *„cookies"*, dacă a autorizat – adică dacă nu a interzis bifând căsuța necesară în labirintul preferințelor din *browser*-ul său – ca site-ul să fie păstrat în istoricul căutărilor, și mai ales dacă și-a dat acordul de a fi localizat și a oferit indicații privind vârsta, resursele financiare, gusturile, preferințele sau ideile sale. La majoritatea motoarelor de căutare, acum este imposibil să se dezactiveze căutarea semi-automată. Vedem aici tot pericolul potențial pe care-l comportă puterea giganților mondiali care gestionează informația *on line*, ca Google, Yahoo sau Bing, de a orienta și manipula – imediat ce s-a formulat cererea – informația pe care o oferă miliardelor de utilizatori, în domenii care acoperă nu doar economia, ci și politica, religia sau cultura.[1] Nu putem fi decât îngroziți de declarația lui Eric Schmidt, președintele consiliului de administrație Google, referitor la anii ce vin: „Tehnologia va fi evoluat atât de mult, încât va fi extrem de dificil ca oamenii să privească sau să consume ceva anume, fără ca acest lucru să nu fi fost deja, într-un mod sau altul, gândit în locul lor."

NIVELAREA CULTURALĂ: EXEMPLUL OFERIT DE WIKIPEDIA

Internetul a produs desființarea enciclopediilor tipărite. Editura care publica una dintre cele mai remarcabile, *Encyclopaedia universalis*, a dat faliment. Era o filială a celebrei *Encyclopaedia Britannica*, care exista din 1768, dar a fost silită să-și înceteze apariția în 2012.

---

[1] Problema este abordată de eseul lui E. MOROZOV, *Pour tout résoudre, cliquez ici! L'aberration du solutionnisme technologique*, Fyp Éditions, Limoges, 2014.

Când se caută o informație despre un eveniment, o scriere, un autor, astăzi se introduce cuvântul principal în fereastra de căutare Google și, pe primul loc, în 99% dintre cazuri, apare pagina enciclopediei *on line* Wikipedia.[1]

Cu toate că se pot găsi pe Internet articole și cărți (*on line* sau care se pot descărca[2]) sau, la nevoie, rezumate ori recenzii, acestea se afișează în josul paginii, după Wikipedia și toate *link*-urile comerciale în legătură cu subiectul căutat, încât trebuie să fii un căutător motivat și răzbătător pentru a ajunge la ele.

Wikipedia a ajuns, de departe, în lumea întreagă – o găsim pe Internet în 280 de limbi – prima sursă de informare atât pentru oamenii obișnuiți, cât și pentru elevi și studenți. În mod obișnuit, profesorii de diverse nivele se plâng că găsesc frecvent în lucrările elevilor și chiar în disertații, care ar trebui să fie lucrări originale, o mulțime de texte copiate din Wikipedia.

Acest fapt pune probleme nu numai în ceea ce privește forma de lucru, pentru care se așteaptă de la elevi și studenți un efort personal de cercetare și elaborare, dar și la nivelul conținutului.

Articolele din Wikipedia conțin de fapt numeroase erori și se înfățișează adesea ca o adunătură de date în care

---

[1] Aceasta se datorează faptului că Wikipedia este site-ul care deține cele mai multe *link*-uri către cele mai multe destinații. Numărul de *link*-uri ale unui site este un parametru principal în criteriile de căutare Google.

[2] Multe instituții universitare, care publică reviste cu un tiraj confidențial sau de negăsit, au hotărât să le facă disponibile pe Internet (în Franța, portalul Persée grupează un mare număr de asemenea publicații). Utilizatorul poate descărca multe cărți vechi de pe site-urile marilor biblioteci sau de la Google. Iar site-ul canadian „Internet Archive" oferă nenumărate documente de orice natură, care pot fi descărcate în diferite formate.

nu te poți încrede, lucru ce se explică prin modul în care aceste articole sunt concepute, redactate și actualizate.

Wikipedia este o enciclopedie *on line* alimentată în permanență de internauți (mai mult de 100.000 de intervenții pe zi), aceasta înseamnă că noi articole apar necontenit (mai mult de 25.000 zilnic), și că articolele vechi sunt permanent actualizate.

Enciclopediile clasice de referință se supuneau anumitor criterii științifice. Un „comitet științific", compus din specialiști din diferite domenii, definea subiectele care urmau să fie incluse, nivelul științific al articolelor, structura lor, și pentru redactarea lor erau recrutați specialiști renumiți sau în orice caz competenți; articolele erau apoi verificate de redactori științifici și armonizate din punct de vedere schematic de echipa editorială.

În cazul Wikipediei, nu este definită aprioric nici o normă științifică. Există câteva reguli (de exemplu este interzis să se împrumute pasaje din surse externe, care nu pot fi decât citate, redactorii sunt invitați să dea referințe pentru a justifica sau susține cu argumente afirmațiile). Există administratori care, față de redactorii obișnuiți, au atribuții speciale de intervenție, dar pe de o parte ei nu sunt selecționați după criterii de competență, iar pe de alta ei intervin mai ales asupra formei articolelor, pentru a supune normelor planul, rubricile, ortografia, pentru a decide în caz de conflict (cu toate că în cadrul articolelor pot coexista poziții divergente) sau pentru a suprima exprimările necuvenite.

Realizarea unui articol trebuie să fie în principiu aprobată de administratori și impune tehnic intervenția lor, dar ceea ce decide crearea unui articol este mai degrabă

solicitarea lui de unul sau mai mulți colaboratori oarecare, și nu importanța obiectivă a temei propriu-zise.

Pentru redactarea unui articol nu se cere nici o competență. Este suficient să fii interesat de chestiune și să te oferi ca voluntar să contribui la redactare. Unele articole sunt chiar redactate de grupe de elevi din clasele primare, ca un exercițiu, și aceste articole rămân pe site... Nu este posibil nici măcar să verifici *a posteriori* nivelul de competență al unui redactor – cu toate că orice modificare lasă urme și că fiecare articol păstrează pe o pagină paralelă tot istoricul redactării sale –, pentru că majoritatea redactorilor fie folosesc pseudonime, fie sunt niște necunoscuți.

Se întâmplă foarte rar ca la redactarea sau corectarea articolelor să intervină specialiști, deoarece Wikipedia are un renume foarte prost în cercurile științifice, iar marea majoritate a experților nu-și pierd timpul cu așa ceva.

Multe rectificări sunt efectuate de redactori care nu au mai multă competență decât cel care le-a redactat inițial, și se întâmplă des ca o informație falsă să fie pusă în locul unei alte informații false, sau chiar în locul unei informații adevărate...

În mod particular se constată la Wikipedia prăbușirea ierarhiei, care permite evaluarea gradului de autoritate al unei informații oferite, deoarece un amator stă pe aceeași treaptă cu cel care este specialist într-o problemă, și invers. Rezultatul este că multe erori se amestecă cu adevărurile, iar lucrul acesta pune sub semnul întrebării toate paginile.

Dar această problemă există dincolo de Wikipedia, în legătură cu ansamblul datelor existente pe Web. Căutarea executată de un motor de căutare pornind de la un cuvânt-cheie produce într-o secundă sute, chiar mii de pa-

gini, ierarhizate, în ce privește poziția (de la primul până la ultimul loc), după criteriile cantitative și comerciale stabilite chiar de motorul de căutare (cum am spus deja), iar nu după gradul de autoritate sau de pertinență științifică. Stabilirea unei ierarhii care să țină seama de seriozitatea informațiilor impune un minimum de cunoștințe și de competențe pe care puțini internauți le posedă în mod aprioric. Ce ni se pune instantaneu înainte este un ansamblu cantitativ confuz, în care toate datele sunt plasate la același nivel.

NIVELAREA UNIVERSITARĂ. EXEMPLUL ACADEMIA.EDU

Site-ul „Academia.edu" pare să scape de critica de mai sus. El propune, pentru a fi consultate sau descărcate, articole scrise de specialiști din diverse domenii de cercetare universitare. El face ușor accesibile lucrările cercetătorilor și le permite schimbul de documente. Dar site-ul prezintă unele puncte slabe.

Chiar dacă pe acest site pot fi găsite exemplare ale unor lucrări publicate mai întâi în reviste științifice, majoritatea articolelor oferite sunt totuși inedite. Ele au fost puse pe Internet chiar de autorii acestora. Așadar, ele nu oferă aceeași garanție de calitate ca articolele publicate în reviste, publicarea lor fiind aprobată de un comitet de redacție care le-a supus unei lecturi critice.

Autorii prezenți pe site-ul „Academia.edu" nu au făcut nici ei obiectul vreunei selecții reale. Un student, sau chiar un simplu amator (bifând căsuța „cercetător independent") poate să se înscrie și să publice fără probleme (se poate înscrie chiar folosind un pseudonim!). El este

astfel pus pe același plan cu specialiști recunoscuți, lucru care ilustrează fenomenul de nivelare înfățișat mai sus. De altfel, specialiștilor le este din ce în ce mai mult neplăcut să figureze pe acest site. Mulți dintre cei înscriși s-au retras. Site-ul pare a fi folosit de fapt de cercetători fără reputație sau de studenți care nu au acces la publicații tipărite mai serioase, mai selective și aflate sub control.

O limită pentru difuzarea articolelor publicate aici o constituie de altfel însăși forma lor: caracterul lor digital constituie în domeniul științific un obstacol în ce privește folosirea lor în bibliografii și citarea lor, cu toate eforturile unora dintre protagoniști de a le impune ca atare. Tot așa stau lucrurile în cazul numeroaselor reviste create sub formă digitală, fără nici un control și nici o susținere academică.

ILUZIILE UNEI CULTURI ȘI ENCULTURAȚII PRIN INTERNET

Lăudătorii Internetului îi atribuie multiple virtuți în materie de formare intelectuală și de enculturație; potrivit acestora, el ar ameliora performanțele intelectuale, mai ales favorizând *multitasking*-ul (realizarea simultană a mai multor sarcini) și, pentru că obligă pe utilizator la analizarea, trierea și sintetizarea datelor, l-ar pregăti pentru cercetare; ar oferi acces facil și permanent la conținuturi culturale bogate și variate, lucru benefic mai ales pentru tineri. Dar, după cum notează Michel Desmurget, „regimul Internetului în ceea ce-i privește pe adolescenții noștri nu este diferit în mod fundamental de cel al adulților, el rezumându-se în principal la trimiterea de mailuri, la jocuri *on line*, la *chatt*-uri[1] prin intermediul mesagerii-

[1] Discuții în direct, *live*.

lor instantanee, la descărcarea și audierea de piese muzicale și vizionarea de secvențe video, la vizitarea site-urilor comerciale, sportive sau de divertisment."[1]

ILUZIILE UNEI ȘCOLARIZĂRI PRIN INTERNET

Cu sprijinul statelor, motivate de diverși factori (în primul rând economici[2], politici[3] și ideologici[4]), folosirea calculatoarelor s-a impus treptat în școli, licee și universități. Informatica, apărută mai întâi ca o materie tehnică independentă, s-a răspândit în ansamblul disciplinelor școlare, inclusiv în cele în care ne-am aștepta cel mai puțin, ca literatura și filosofia.

Odată cu folosirea Internetului (care se presupune că poate să răspundă la toate întrebările, să furnizeze toate cunoștințele și să constituie chiar instrumentul de cercetare prin excelență), informatica (*IT*) a devenit, chiar de la grădiniță, un factor esențial al sistemului educațional, așa încât cadrele didactice aproape că sunt plasate în plan secund. Numeroase articole și directive pedagogice chiar au justificat acest rol secundar al celui numit altădată „magistru", înfățișându-i pe școlari drept principalii protagoniști în procesul lor de formare cu ajutorul calculatorului, iar pe

---

[1] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ed. a II-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 116 cu bibliografia *ad hoc*.

[2] Primul motiv este dezvoltarea economiei prin vânzările masive de calculatoare și software. În 2005, în Statele Unite „piața învățământului" era estimată la 90 miliarde de dolari. Prima „World Education Market" care s-a ținut la Vancouver în 2000 a reunit 3000 de specialiști. Al doilea motiv este pregătirea tinerilor pentru un mediu profesional, în care formele de activitate și ritmul lor sunt definite de noile media.

[3] Concurența între state și frica de a fi depășit în aplicațiile științifice, economice și tehnice ale informaticii.

[4] Mitul progresului.

învățător ca pe un simplu asistent, sau chiar un simplu însoțitor. Această concepție descinde de altfel direct din pedagogia modernă – care contrazice întreaga istorie a științei și tehnicii, care dezvăluie caracterul lor cumulativ –, potrivit căreia fiecare elev se cuvine să fie meșter al uceniciei sale și inventator al științei sale. În clasă, nu învățătorul sau profesorul este privit ca deținător al cunoștințelor, ci Internetul, iar elevul, la calculatorul său, este factorul activ al dobândirii lor. Profesorul este acolo numai ca să-i ajute pe elevi la rezolvarea dificultăților tehnice care țin de funcționarea acestui instrument. Imaginea, locul și funcția învățătorului sunt astfel transformate. Pedagogul devine un agent tehnic, care, în loc să discute față în față cu elevul, stă alături de el în fața calculatorului. Când elevul știe suficient de bine să mânuiască instrumentul, profesorul devine inutil – de unde dezvoltarea în societatea modernă a învățământului la distanță. În unele cazuri, cursul profesorului este filmat și difuzat, în direct sau în reluare. În altele, cel mai răspândit, rolul profesorilor se limitează la definirea la început a unei teme de învățat și la oferirea unei liste de texte la care studenții vor avea acces direct, a unui chestionar cu răspunsuri multiple, care poate fi completat *on line*, permițând efectuarea unui „control al cunoștințelor". În ambele cazuri se ajunge la o dezumanizare a pedagogiei, la polul opus față de *paideia* antică și de acel lucru pe care se baza orice educație eficace și profundă: relația personală între maestru și discipol, manifestată îndeosebi prin dialog.

Procesul de învățare prin Internet pune și alte probleme, în afară de relația cu profesorul. Una dintre acestea este capacitatea elevilor de a stăpâni instrumentul și de a dobândi un beneficiu din folosirea lui.

Până și utilizatorii experimentați au nevoie de mult timp și pricepere pentru a găsi pe Internet informațiile exacte pe care le caută. Pentru că aprioric, pe motoarele de căutare li se pune înainte o masă informă, dominată, de la primele rânduri și până la epuizare, *link*-uri comerciale fără legătură cu materiile școlare sau universitare. Prin jocul legăturilor interne care vin să se adauge acestei mase, internauții sunt aruncați într-un ocean nemărginit și al cărui străfund nu se poate cunoaște. Foarte adesea, se practică mai curând surful decât pescuitul, iar dacă nu-i așa, oricum pescarul prinde numai plevușcă.

Absența unui profesor în calitate de călăuză îi lasă pe elevi în prezența unei mulțimi de informații parțiale și fragmentare din care pot face cu greu o sinteză, iar cunoștințele ajung să li se pară relative, cu atât mai mult cu cât, cum am văzut, Internetul desființează orice ierarhie a cunoașterii și nu oferă nici un criteriu pentru restabilirea ei.

EFECTELE NEGATIVE ASUPRA LECTURII

Efectul negativ al noilor media asupra lecturii este un fapt subliniat cel mai adesea. El se manifestă în multe feluri.

Omul conectat citește puțin

Numeroasele ore petrecute la televizor au fost nu de mult pentru multe persoane, de toate vârstele, ore petrecute cu lectura. Calculatorul, cu Internetul mai ales, le-a furat multe altele, la fel și telefoanele inteligente.

Mulți factori diferiți oferă o explicație pentru faptul că omul conectat nu mai citește.

În mod general, omniprezența display-urilor, dominarea audiovizualului și bogăția de posibilități pe care o oferă în plus aparatele multi-media accesibile permanent și tuturor, în raport cu acest *monomedia* care este cartea, au provocat un reflux al culturii scrise în societatea noastră.

Într-un mod mai concret, putem constata că ocuparea timpului liber de către noile media aduce un prejudiciu lecturii.[1] Conexiunea permanentă cu diverse media în mod simultan produce o supra-solicitare continuă, puțin favorabilă pentru durata, atenția și concentrarea pe care le impune lectura.

Lectura, mai ales din cauza factorilor menționați anterior, impune un efort de care omul modern este tot mai puțin capabil. Lectura plasează persoana într-o permanentă poziție de participant activ, în timp ce utilizarea noilor media îl plasează în mare parte într-o situație de pasivitate care merge în direcția comodității.

Refuzul oricărui efort în fața atâtor mijloace de divertisment, mai facile și mai atractive, explică în mare parte de ce, în primul rând, copiii și adolescenții practic nu mai citesc[2], fapt care are în mod evident efecte negative asupra deprinderii lor cu cititul[3] și cu scrisul, ca și asupra culturii lor generale; iar ca urmare, va afecta raportul lor cu lectura ca adulți, deoarece s-a dovedit că gustul pentru lectură și obișnuința de a citi se dobândesc într-o primă perioadă a vieții.

Un alt motiv, legat de utilizarea Internetului și a calculatorului în general, este acela că numeroase cărți există –

---

[1] A se vedea N. Carr, *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, pp. 129-130.

[2] A se vedea M. Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ed. a II-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 134-141.

[3] A se vedea L. Lurçat, *Des enfances volées par la télévision*, François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, p. 48.

în versiune oficială sau piratată – sub formă digitală și pot fi obținute la prețuri mici, dacă nu sunt gratuite, și descărcate în doar câteva secunde.

Mulți studenți sau chiar profesori sunt cuprinși de o frenezie a descărcării de fișiere, înrudită cu această adevărată boală care este mania de a colecționa din domeniul obiectelor, al cărei resort este dorința de a poseda și satisfacția de a deține ceva anume sau de a nu fi lipsit de ceva anume, fără nici o legătură cu folosirea efectivă.

Această acumulare de „hrană" neconsumată, dar potențial consumabilă, poate că are chiar, dintr-o perspectivă metafizică, o legătură cu spaima de moarte intelectuală, căci, observă Michel Béra și Éric Mechoulan:

> Poate că trebuie să căutăm sursa acestei frenezii a stocării în frica de moarte, pentru că facem provizii pentru a ne asigura supraviețuirea [...] Câți colecționari de discuri și de filme își fac timp să se cufunde în colecțiile lor de pe etajere? De câte ori în viață, omul obișnuit, care și-a cumpărat o enciclopedie, va consulta cu atenție volumele care îi decorează rafturile bibliotecii?[1]

Încă și mai mult se pune această întrebare când e vorba de cărțile sau articolele stocate pe *hard disc*, ceea ce face ca existența lor virtuală – spre deosebire de cărți, care, prin existența lor fizică, pe rafturile bibliotecii ne aduc aminte de existența lor – să fie repede uitată într-o atât de mare abundență.

Și sunt cu atât mai mult uitate, cu cât faptul că avem aceste cărți în calculator creează falsa impresie că le-am și citit, de parcă memoria calculatorului s-ar identifica în chip magic cu memoria personală.

[1] *La Machine Internet*, Odile Jacob, Paris, 1999, p. 145.

Găsim aici transpusă celebra reflecție a lui Platon cu privire la scris, din *Phaidros*, unde regele Thamus refuză darul scrisului pe care îl inventase zeul Theuth, pe motiv că el le va da celor care-l vor primi iluzia doar a unei memorii și cunoașteri:

> „Privește, rege, știința aceasta îi va face pe egipteni mai înțelepți și mai cu ținere de minte; găsit a fost leacul uitării și, deopotrivă, al neștiinței." La care regele a răspuns: „Preapricepute meșter Theuth, unul e chemat să nască arte, altul să judece cât anume dintr-însele e păgubitor sau de folos pentru cei ce se vor sluji de ele. Tu, acum, ca părinte al literelor, și de dragul lor, le-ai pus în seamă tocmai contrariul a ceea ce pot face ele. Căci scrisul va aduce cu sine uitarea în sufletele celor care-l vor deprinde, lenevindu-le ținerea de minte; punându-și credința în scris, oamenii își vor aminti din afară, cu ajutorul unor icoane străine, și nu dinlăuntru, prin caznă proprie. Leacul pe care l-ai găsit nu e făcut să învârtoșeze ținerea de minte, ci doar readucerea aminte. Cât despre înțelepciune, învățăceilor tăi tu nu le dai decât una părelnică, și nicidecum pe cea adevărată. După ce cu ajutorul tău vor fi aflat o grămadă de prin cărți, dar fără să fi primit adevărata învățătură, ei vor socoti că sunt înțelepți nevoie mare, când de fapt cei mai mulți n-au nici măcar un gând care să fie al lor."[1]

După cum remarcă Peter Sudermann, calculatoarele au transformat memoria într-un simplu index, iar inteligența într-o simplă capacitate de a ne folosi de ea. Prin tot ce-am înmagazinat pe hard disc, sau pur și simplu prin conexiunea noastră cvasi-permanentă la Internet, fiindcă

> nu mai este deloc eficient să ne utilizăm creierul pentru stocarea informațiilor. De ce să țineți minte conținutul

[1] *Phaidros*, 274-275 [tr. rom. de Gabriel Liiceanu, în: PLATON, *Opere*, IV, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1983, p. 485 – *n. trad.*].

unei cărţi când puteţi să vă folosiţi creierul pentru a reţine un ghid rapid printr-o întreagă bibliotecă? În loc să memorizăm informaţia, noi acum o înmagazinăm sub formă digitală, şi ţinem minte doar numele documentelor salvate.[1]

Ar trebui să precizăm că „e doar posibil" să ne amintim, pentru că frenezia descărcării de fişiere este atât de mare, încât nu lasă loc pentru memorarea personală a titlurilor documentelor.

Omul conectat nu citeşte cum trebuie

Internetul, înainte de a furniza imagini, fişiere video şi sunete, oferă un imens material scris. Nu e nevoie de vreun efort ca să-l găseşti; el ni se propune sau ni se impune de la sine. Pe orice calculator se găsesc diverse programe, *plug-ins*-uri şi *apps* (aplicaţii) care dau acces la aceste resurse de text, în toate formele dorite, cu diverse fonturi, negre sau colorate, minuscule sau majuscule.

Tabletele polivalente au fost concepute pentru a permite citirea în mod plăcut a ziarelor, revistelor sau cărţilor.

Tablete special adaptate pentru lectură – *readers* – au fost realizate de fabricanţi (cum este iPad-ul de la Apple) sau de firmele de servicii (cum este Kindle-ul de la Amazon), şi în prezent mai toate redacţiile de ziare, reviste sau cărţi tipărite oferă în paralel şi ediţii digitale care pot fi cumpărate cu bani puţini şi citite pe aceste dispozitive; unele dintre ele posedă un ecran care se apropie foarte mult de aspectul unei pagini de carte tipărită.

Aceste tablete şi aceste *readers* sunt foarte comode: fine, uşoare, permit salvarea unui număr mare de cărţi sau reviste şi evită problemele de transport care ţin de volum şi greutate.

---

[1] *American Scene*, 10 mai 2009.

Cărțile digitale pot fi cumpărate la un preț mai mic decât cele tipărite, iar titlurile clasice pot fi descărcate gratuit de la numeroase site-uri.

În mod obiectiv, noile media oferă așadar aceeași cantitate de texte ca altădată și chiar mai mult, și toate facilitățile pentru a fi citite.

Și totuși, în pofida acestor aspecte pozitive, omul conectat nu doar că citește mai puțin, dar el citește și mai prost. Motivul principal este că noile media – mai ales Internetul – au schimbat în realitate modul cum noi înțelegem textele.

Pe ecrane, textele ne apar ca imagini. Faptul că *reader*-ele de bună calitate oferă pagini care arată aproape ca cele ale cărților tipărite, și texte cu o rezoluție excelentă nu schimbă nimic din acest punct de vedere: imaginile apar doar cu o rezoluție mai mare.

Lectura pe ecran a acestor texte care se prezintă ca imagini (iar paginile care urmează, ca imagini succesive) favorizează în noi simțul văzului, un simț pe care televiziunea și alte medii audio-vizuale l-au supradezvoltat deja în omul modern, până la punctul de a-l transforma pe *homo sapiens* în *homo videns*, cum a arătat Giovanni Sartori.[1]

Din acest motiv, textul de pe ecran face obiectul – întocmai ca o imagine – unei parcurgeri de suprafață, privirea oprindu-se de obicei doar asupra câtorva rânduri.

Jakob Nielsen, care a studiat 232 de persoane cititoare pe Net, dotate fiecare cu o cameră de luat vederi care urmărea mișcările ochilor, a constatat că marea majoritate nu citea textul rând cu rând, cum ar fi făcut citind o carte, ci trecea cu rapiditate de sus în josul paginii, cu o mișcare

[1] *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma și Bari, 1998.

ce urma în general forma literei F. Citeau, adică, primele rânduri, coborau puțin, citeau partea stângă a câtorva rânduri, apoi coborau de-a lungul părții stângi a paginii.[1] Același autor a realizat un al doilea studiu pe baza datelor adunate de cercetători germani care au analizat istoricul calculatoarelor folosite de 25 de utilizatori într-o perioadă în medie de 100 de zile, pentru a stabili timpul dedicat citirii a 59.573 de pagini de Web.[2] Nielsen a constatat că timpul necesar pentru citirea unei pagini crește cu atât mai mult cu cât sunt mai multe cuvinte pe o pagină; creșterea aceasta însă se produce într-o proporție foarte redusă, de vreme ce pentru fiecare sută de cuvinte suplimentare internautul nu are nevoie decât de 4,4 secunde în plus ca să parcurgă pagina. Ținând cont de faptul că un cititor experimentat nu poate citi în 4,4 secunde decât 18 cuvinte, Nielsen ajunge la concluzia că un cititor obișnuit de Web nu parcurge decât 20% din text.[3]

Spre deosebire de lectura la modul clasic, lectură ce se face „pe îndelete", căreia cititorul îi acordă timpul *său*, lectura pe ecran este întotdeauna o lectură rapidă, definită, dacă nu chiar de ritmul impus de media, atunci cel puțin de atmosfera de rapiditate și reactivitate proprie noilor media, și de frenezia psihică și fizică ce însoțește în general utilizarea lor.

Cercetătorii germani la care se referă Nielsen au stabilit că majoritatea paginilor de pe Web sunt privite ma-

[1] «F-Shaped Pattern For Reading Web Content», *Nielsen Norman Group*, 17 aprilie 2006.

[2] H. Weinreich, H. Obendorf, E. Herder, M. Mayer, «Not Quite the Average: An Empirical Study of Web Use», *ACM Transaction on the Web*, vol. 2, nr. 1, februarie 2008.

[3] «How Little Do Users Read?», *Nielsen Norman Group*, 6 mai 2008.

ximum 10 secunde. Mai puțin de o pagină din zece este privită mai mult de 2 minute. Aceste rezultate confirmă una dintre concluziile primului studiu al lui Nielsen referitor la lectura în sine: „În mod limpede, oamenii propriu-zis nu citesc nici măcar o secundă pe pagina pe care o vizitează!"

Site-urile Web dispun de programe care măsoară timpul petrecut de fiecare vizitator pe o pagină, dar sunt pudice când e vorba de publicarea rezultatelor care nu le sunt favorabile. ClicTale, furnizor de programe pentru analizarea lecturii paginilor Web ale firmelor, a analizat datele obținute în lunile mai și iunie ale anului 2008 referitor la comportamentul a un milion de vizitatori pe site-urile deținute de clienții săi din diverse țări. A reieșit că, în majoritatea țărilor, oamenii nu stau, în medie, pe o pagină decât între 19 și 27 de secunde, în care este inclus și timpul consumat cu încărcarea paginii (de la 1,1 la 5,5 secunde).[1]

Este paradoxal totuși faptul că, deși citesc tot mai repede și tot mai puțin pe pagina de Internet, cititorii de texte digitale petrec mai mult timp cu cititul decât cititorii de texte tipărite de aceeași lungime; aceasta se explică prin faptul că primii se dispersează mult pe paginile unde îi poartă *link*-urile, sau, simultan cu lectura, fac și cercetări complementare, cu ajutorul motorului de căutare.[2]

Lectura pe ecran nu se oprește deloc asupra cuvintelor sau expresiilor în sine decât atunci când acestea sunt legături de tip hypertext, iar atunci se îndepărtează de ele, sau când acestea corespund cuvintelor-cheie pe care cititorul

[1] «Puzzling Web Habits Across the Globe», *ClicTale Academy Blog*, 31 iulie 2008.

[2] A se vedea studiul lui Z. LIU, «Reading Behaviour in the Digital Environment», *Journal of Documentation*, 61, 2005, pp. 700-712.

le avea în minte când și-a început lectura pe baza unei teme pe care și-a propus-o.

Este o lectură în care rareori se revine asupra textului citit anterior. Este o lectură care nu îndeamnă la reflecție. Este o lectură superficială care nu lasă nicidecum loc pentru un efort de înțelegere sau de memorare. Fiecare pagină cere cu nerăbdare pagina următoare, care o aruncă în uitare.

Lectura rapidă, numită „pe diagonală", nu este, desigur, proprie citirii textelor digitale: ea se practica și în cazul cărților tipărite, mai ales al ziarelor. Dar ea era atunci folosită pentru alegerea unor articole interesante pentru noi, pentru ca apoi să ne oprim asupra lor și să le citim conținutul cu atenție, până la sfârșit.

În anumite privințe, notează Nicholas Carr, a fi în stare să citești pe diagonală este la fel de important ca a fi în stare să citești în profunzime. Diferit și supărător este faptul că parcurgerea rapidă e pe cale să devină principalul nostru mod de lectură. Altădată era un mijloc de a ajunge la un scop, o modalitate de a identifica informațiile menite a fi citite în profunzime; astăzi, acest mod de lectură devine un scop în sine, este metoda preferată pentru a obține și înțelege informații de tot felul.[1]

Caracterul fizic al cărții, într-un mod oarecum straniu, acordă greutate și realitate lecturii, în timp de dematerializarea cărții într-un *reader* digital sau într-un text pe un ecran face cartea insignifiantă și face ca textul să-și piardă o parte din realitatea și densitatea sa, îl face mai aerian și mai puțin existent. Mulți dintre cei care citesc la modul clasic au observat că existența fizică a cărții, posibilitatea

[1] Cf. N. Carr, *op. cit.*, p. 197.

de a o vedea în întregimea ei, de a o simți și de a o atinge are un rol important nu doar în raport cu cartea, ci și în raport cu textul și natura lecturii.

O caracteristică a textelor digitale de pe Internet este că ele sunt înțesate de legături de tip hypertext, adică de cuvinte sau expresii-cheie care trimit la alte pagini unde, ca în nişte note de subsol, se pot găsi explicaţii sau informații suplimentare.

Dar legăturile de tip hypertext sunt foarte diferite de notele de subsol, care rămân în subsolul paginii, sunt tipărite cu litere mici pentru a ilustra caracterul lor dependent și secundar în raport cu textul principal, informează în mod rapid, pot rămâne, eventual, necitite, şi nu îndepărtează mult cititorul de textul principal.

Legăturile de tip hypertext par a fi facultative, dar în realitate ele constituie pentru cititor o permanentă ispită. El nu știe la ce anume trimit și este tentat să facă clic pe ele, de teamă să nu rateze ceva important, sau pur și simplu din curiozitate sau din nevoia de distracţie. Concepute pentru a ne capta atenția, legăturile hypertext au ca efect de fapt tocmai dispersarea atenției.

Legăturile de tip hypertext constituie pentru lectură o sursă de permanentă diluare, contribuind și ele la faptul că lectura pe ecran devine mai puțin serioasă, mai superficială și, per total, mai puțin profitabilă decât lectura pe hârtie.

Lectura pe ecran conţine de altfel numeroși factori de dispersare. Unul dintre ei este faptul că o astfel de lectură ne incită mai întotdeauna, prin evocarea unor fapte sau personaje anume, să dorim să cunoaștem mai mult despre ele, navigând pe Internet cu un simplu clic.

Un alt factor de dispersare este acela că, pe calculator sau pe Internet, căutând ceva, utilizatorul dispune în mod facil de o mulțime de surse și este adeseori ispitit să treacă de la una la alta, fără să-și facă timp ca să se oprească pe vreuna.

Lectura digitală este marcată de frenezia şi instabilitatea permanentă care caracterizează toate activitățile legate de media digitale. Ritmul sacadat în care cititorul parcurge într-o clipă scurte extrase din diverse surse ajunge să-i marcheze gândirea însăși, care, la rândul ei, impune un astfel de ritm când se hrănește cu informațiile din rețea.

Un alt factor important de distragere a atenției în actul lecturii este faptul că ordinatorul, tableta sau telefonul inteligent pe care se citește, este totodată și locul unde se primesc mailuri sau SMS-uri. Acestea se anunță printr-un semnal care a devenit pentru mai toţi cei care le folosesc un apel la o citire imediată a mesajelor.

Lectura digitală este însoţită de o scădere a atenției, din cauza acestei epuizări psihice pe care o constituie hiperactivitatea pe care o implică şi permanentele perturbări prilejuite de mediul digital în care se desfășoară. Referitor la aceasta, Nicholas Carr scrie astfel:

> Intensa activitate a creierului internauților arată de asemenea pentru ce lor le este mai greu să citească în profunzime și să se concentreze pe o durată mai lungă atunci când sunt *on line*. Necesitatea de a evalua legăturile și de a alege așadar modul de navigare, prelucrând totodată o mulțime de stimuli fugitivi de natură senzorială, impune în permanență o coordonare mintală şi procese decizionale, aşa încât creierul nu are cum să înţeleagă textul sau orice altă informaţie. De fiecare dată când, în calitate de cititori, dăm de un *link*, trebuie să ne oprim, fie şi o frântură de secundă, pentru a permite cortexului prefrontal să judece dacă este

cazul să facem clic pe el sau nu. Se poate ca noi să nu ne dăm seama de această deturnare a resurselor noastre mintale, pe care de fapt nu le consacrăm citirii cuvintelor, ci elaborării unei judecăți în vederea unei decizii, dar s-a demonstrat că ea stânjenește înțelegerea și memorizarea, mai ales dacă se repetă frecvent. Când funcțiile cortexului prefrontal intră în acțiune, creierul nostru nu este doar solicitat, ci supraîncărcat. Astfel, într-un sens foarte real, Web-ul ne întoarce la vremurile în care se practica *scriptura continua*, când lectura era un act epuizant din punct de vedere cognitiv.[1]

În timp ce lectura la modul clasic presupune un cadru caracterizat printr-o relativă izolare, o anumită liniște și o durată relativ lungă, lectura pe ecran se înscrie *de facto* în mulțimea și zgomotul ispitelor și solicitărilor digitale, e de scurtă durată, iar fiecare legătură de tip hypertext, fiecare mesaj, fiecare apel se poate spune că seamănă cu un incident care-ți tulbură vacanța.

Pe Internet, mulți bloggeri au luat act de nerăbdarea cititorilor, de incapacitatea lor de a se concentra pe un text lung și de a se angaja într-o lectură de durată, de fobia lor față de un text care depășește spațiul aflat în fața ochilor, și ca urmare și-au redus textele cam la 20 de rânduri, în cazul în care nu folosesc o mulțime de fraze scurte. Pentru a reține cititorul și a-i oferi suma de distracții la care se așteaptă pe parcursul lecturii, ei plusează prin multiplicarea *link*-urilor, imaginilor și secvențelor video. Orice text, pentru a supraviețui, trebuie să devină multimedia, pluridimensional, altfel spus trebuie să conțină căile care permit abandonarea lui.

În multe feluri, multimedia produce o relație cu textul tot mai instabilă, mai fragilă, mai efemeră.

---

[1] *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, p. 176.

DESTRUCTURAREA OPEREI

Lectura pe Internet are ca efect particular destructurarea lucrării pe care o citim.

Orice lucrare are în principiu o unitate și o coerență internă, are un început și un sfârșit și formează un tot. Cunoașterea și înțelegerea unei lucrări presupun urmărirea ansamblului dezvoltării ei, pentru că ea este adesea dialectică (progresează plecând de la demonstrații contradictorii sau complementare); lucrul acesta este adevărat și când e vorba de un articol, și când e vorba de o carte.

Abordarea textelor pe Internet se face în mod frecvent în cadrul unui proces de cercetare în sensul curent, nu neapărat în sensul științific al termenului. Se interoghează un motor de căutare pe o temă dată, plecând de la un cuvânt sau un grup de cuvinte. Motorul de căutare produce o listă de ocurențe ale noțiunii căutate în ansamblul lucrărilor repertorizate. Dând clic pe legăturile propuse, găsim pasajele în care apare noțiunea căutată, dar întotdeauna sub forma de extrase, pagini disparate, paragrafe sau simple fraze, însă nu avem acces la ansamblul lucrării, pe care de altfel „cercetătorul" (căutătorul) nu are timp s-o consulte și care nu-l interesează dincolo de obiectul căutării sale. Cercetarea, în ansamblul ei, capătă astfel forma unor salturi succesive de la un pasaj dintr-o lucrare la un pasaj din altă lucrare, fără ca vreodată lucrarea să fie percepută ca lucrare în sine, drept ceea ce este ea de fapt.

Această manieră de a proceda nu-i caracterizează doar pe amatori, ci și pe cercetătorii universitari. În cadrul unui studiu desfășurat timp de cinci ani, o echipă de la University College din Londra a trecut în revistă istoricul din calculatoare pentru a analiza comportamentul vizitatori-

lor a două site-uri de cercetare care oferă acces la cărți și articole digitale, unul deținut de British Library, altul de JISC, un grup american de educare și cercetare. Realizatorii studiului au constatat că cei care au consultat aceste site-uri aveau o activitate care s-ar putea numi „a lua caimacul": priveau doar una sau două pagini, apoi săreau la altceva, fără ca – în majoritatea cazurilor – să mai revină vreodată la cele citite anterior. Pentru autorii studiului, „este clar că utilizatorii nu citesc *on line* în sensul tradițional; există semne evidente că apar noi forme de lectură atunci când utilizatorii surfează pe orizontală peste titluri, table de materii și rezumate, în căutarea unor rezultate rapide. Pare că ei intră pe rețea pentru a evita să citească în sensul tradițional al termenului."[1]

După cum observă Nicholas Carr,

> căutările fragmentează lucrările parcurse *on line*. Un motor de căutare ne atrage adesea atenția asupra unui anumit extras, cuvânt sau asupra câtorva fraze pertinente referitor la ceea ce căutăm pe moment, dar fără să ne incite prea mult să ne împropriem lucrarea ca un tot. Într-o căutare pe Web, noi nu vedem pădurea. Nu vedem nici măcar copacii. Tot ce vedem sunt doar ramurile și crenguțele.[2]

Și atunci când rămânem la unul și același text, unitatea lucrării este de asemenea distrusă prin *link*-urile de tip hypertext. Acestea au pecetluit sfârșitul textului unidirecțional, înlocuindu-l cu textul multidirecțional, care este un punct de plecare permanent spre alte texte; în felul

[1] I. Rowlands, D. Nicholas, P. Williams, P. Huntington, M. Fieldhouse, B. Gunter, R. Withey, «The Google Generation: Information Behaviour of the Researcher of the Future», *Aslib Proceedings*, 60, 2008, pp. 294-295.

[2] *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, pp. 133-134.

acesta textul își pierde unitatea și coerența, înlocuite de o încâlceală de fire care-și merită pe bună dreptate numele de „web" (pânză de păianjen), numai că aceste fire formează o nebuloasă a cărei ordine de ansamblu și limite nu se mai vede, pentru că orice text apelat printr-un clic conține la rândul său hypertexte care apelează alte texte și tot așa, tot mai departe.

Lucrul acesta este desigur mai adevărat când e vorba de textele de pe Internet decât în cazul cărților citite pe *reader*. Dar, pentru a le face mai atractive, autorii le încarcă și pe acestea cu elemente menite să le îmbogățească, să le extindă, să le dinamizeze (legături de tip hypertext, *widgets*...) și să le confere o aparență și o ambianță care seamănă foarte mult cu textele de pe Internet. Aceste elemente le conferă o altă formă decât a cărților tipărite și implică un alt mod de abordare. Noi nu citim cărțile digitale în același mod în care citim cărțile tipărite.[1] După cum observă Nicholas Carr, „de îndată ce inserați *link*-uri într-o carte și o conectați pe Web – de îndată ce o „extindeți", o „întăriți", și o faceți „dinamică" –, veți schimba atât natura ei, cât și trăirea pe care o aveți atunci când o citiți. Cartea digitală nu mai este carte, după cum nici un ziar electronic nu mai este ziar".[2]

În ceea ce privește pierderea unității operei și efectul dispersant pentru minte pe care le implică elementele care „îmbogățesc" textul, un studiu realizat de cercetătorii de la Universitatea din Alberta este revelator: din două

[1] A se vedea N. CARR, *op. cit.*, pp. 151-152. O bună analiză a deosebirilor dintre cele două tipuri de lectură se găsește în excelentul eseu al lui Raffaele SIMONE, *Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web*, Gallimard, 2012.

[2] *Op. cit.*, p. 150.

grupuri de persoane care au citit în paralel aceeași știre, unul într-un *e-book*, celălalt într-o carte, 70% dintre cititorii din primul grup au urmărit cu dificultate conținutul știrii, față de numai 10% din a doua grupă.

FELIEREA PRODUSELOR CULTURALE

Destructurarea lucrării, pe care o observăm în cazul cărții, se observă și în cazurile celorlalte produse culturale. Ea se manifestă mai ales printr-o feliere, o tranșare deopotrivă obiectivă și subiectivă.

Google are ambiția de a scana și a pune la dispoziția publicului (la început gratuit, pentru a atrage și a fideliza publicul, iar apoi contra unei plăți) ansamblul produselor literare din zilele noastre și din trecut. Cărțile vechi, pentru care nu se mai cer drepturi de autor, sau cărțile pentru care Google a cumpărat aceste drepturi, sunt oferite integral. Dar cărțile recente, ale căror autori și editori au refuzat cedarea drepturilor către Google, sunt cărți din care Google publică paginile selecționate în mod aleator (scopul fiind direcționarea internauților interesați către site-uri comerciale, de unde aceste cărți pot fi procurate, direcționarea prin clic[1] spre *link*-uri procurând beneficii pentru Google). Unitatea, coerența și continuitatea textelor sunt în acest fel distruse, iar scrierea ca atare este, în fapt, desființată.

De altfel, găsim pe Google pagini izolate din cărți sau reviste, care au același efect deconstructiv.

---

[1] De fiecare dată când o persoană selecționează un *link* comercial, firma de publicitate trebuie să verse o sumă anumită către Google. Este ceea ce se numește „cost per clic". Acest sistem este denumit „Adwords", literalmente „publicitate prin cuvinte". Cea mai mare parte din cele 14 miliarde de dolari, care reprezintă beneficiile anuale ale companiei [Google], provine din publicitate.

Dar, de asemenea, întreaga producție artistică este victima acestui proces. Scurte extrase din documentare TV sau din filme sunt oferite pe YouTube (filială Google), Dailymotion sau alte site-uri dedicate secvențelor video. Extrase de emisiuni radiofonice sunt oferite în *streaming* sau *podcast*. Extrase din opere sau alte compoziții muzicale sunt oferite pentru a fi ascultate sau descărcate, cântecele înseşi fiind tranșate în „felii" pentru atragerea cumpărătorilor cu părțile cele mai seducătoare sau pentru a fi folosite ca ton de sonerie la telefonul mobil. Acest procedeu este denumit de către utilizatorii săi *unbundling*, adică de-grupare, nume care dovedește lipsa totală de înțelegere a naturii unei lucrări artistice, concepută de ei ca un grupaj de elemente eterogene, care pot fi disociate, și nu ca o unitate organică.

Dar nu întotdeauna media sunt cele care produc această feliere, ci uneori autorii înșiși efectuează decupaje din lucrările lor, pentru a se adapta practicii adoptate de aceste media și așteptărilor unui public format de ele.

Această feliere obiectivă, realizată de autori și mai ales de cei care difuzează aceste lucrări, este însoțită de o feliere subiectivă, realizată chiar de consumatori. Una dintre formele cele mai caracteristice este zaparea (*zapping*) la televizor, prin care telespectatorul nu ezită să abandoneze o emisiune în desfășurare, pentru ca să vadă ce emisiuni sunt pe alte canale, iar apoi să se întoarcă la cea dintâi, chit că pierde o parte din ceea ce s-a petrecut și nu mai sesizează coerența documentarului sau a filmului.

Navigarea pe Internet, după cum am văzut, comportă un fenomen similar, legat de impulsurile, dorințele, nevoia de evadare a internauților, din ce în ce mai instabili, bla-

zați, nerăbdători, în căutare permanentă de altceva, dar și de „încurajările" administratorilor paginilor de web, care multiplică sursele de divertisment în interiorul unui text (legături hypertext, imagini, ilustrații sonore și video...).

EFECTELE NEGATIVE ASUPRA SCRISULUI

Revenind la producțiile literare (în sens larg), se pot constata de asemenea efecte negative ale noilor media asupra scrisului. Scrierea, pentru Internet, de texte mai mult sau mai puțin ample, are consecințe negative asupra stilului, lucrării și statutului autorului.

Sărăcirea scrisului

Textul imprimat este ca și pecetluit prin tipărirea lui cu cerneală pe hârtie. Iar atunci când cartea, odată tipărită, este publicată, textul ei nu mai poate fi modificat, decât la o eventuală nouă ediție. Autorul, atunci când scrie un text destinat tipăririi, ține cont de acest caracter definitiv pe care-l dobândește acesta. De aceea, se îngrijește în mod deosebit de felul în care-l scrie, nu se grăbește, își cântărește cuvintele. Cu o oarecare neliniște, se străduiește să realizeze un text bine încheiat, cu alte cuvinte un text perfect, atât cât poate el de bine. Pentru aceasta, își ia răgazul necesar, nu ezită să-și citească de mai multe ori lucrarea și s-o corecteze ori de câte ori i se pare necesar.

Un text publicat pe Internet nu oferă aceleași perspective și nu implică aceeași abordare. Pe Internet, un text poate fi cu ușurință modificat și înlocuit. Autorul sau colaboratorul unui blog, de exemplu, are necontenit posibilitatea de a retușa textul; el poate în orice clipă să-l elimine sau să-l înlocuiască cu altul. Administratorul blogului îi oferă

aproape aceleași facilități de modificare cu cele furnizate de procesorul de texte de pe ecranul calculatorului său.

Din această cauză, textul digital are un caracter mai efemer, o importanță mai redusă în ochii autorului său. Știind că-l va putea modifica după cum dorește, la o adică chiar să-l elimine, autorul este mai puțin înclinat să reflecteze înainte de a scrie și să-și aleagă cuvintele. Cu toate că există printre bloggeri și persoane cu un stil de a scrie de mare calitate, majoritatea celor care scriu pe Internet folosesc un stil mai relaxat decât atunci când textul este destinat tiparului.

În multe bloguri unde se exprimă diverși autori, exprimarea este liberă și nesupusă acelorași exigențe, aceleiași selecții operate de editor, aceluiași control prealabil, acelorași corecturi, ca un articol publicat într-un ziar, într-o revistă, sau ca o carte. Se întâmplă ca moderatorul sau webmaster-ul să intervină pentru a corecta ortografia, dar ei nu intervin nici asupra stilului și nici asupra conținutului, pentru a nu contraveni regulilor de bună purtare. Libertatea de expresie aproape totală acordată majorității „autorilor" se traduce în mod evident, la mulți dintre ei, printr-o compoziție și un stil mai spontane și mai relaxate.

Lipsirea scrierii de desăvârșirea sa și disoluția ei

Am văzut mai înainte cum, din cauza legăturilor de tip hypertext mai ales, ca și a altor elemente adăugate (imagini, sunete, fișiere video), textul digital își pierde unitatea și coerența și devine nu doar multi-dimensional, ci rupt în multe fragmente.

Am văzut că textul digital este un text fluctuant, efemer, neterminat.

Această dublă deficiență se găsește într-o serie de texte tipice de pe Internet.

Multe texte realizate pe Internet sau pornind de la Internet sunt compilații, realizate prin *copy-paste*, din surse diferite. Altele sunt produse de autori diferiți, care își adaugă contribuția personală ici și colo, în detrimentul unității, al coerenței și al conexiunilor logice; este cazul, după cum am văzut, articolelor din Wikipedia, plasate pe primele poziții de către motoarele de căutare.

Pentru toate aceste diverse motive, mulți autori au reproșat noilor media, mai ales Internetului, faptul că provoacă o disoluție a textului.[1] Raffaele Simone subliniază în special faptul că textul digital care poate fi găsit cel mai adesea pe Internet nu corespunde cu ceea ce se presupune că ar trebui să fie un text în sens clasic: adică, să fie solid, încheiat, original și să aibă o identitate a sa, ca produs al unui unic autor.[2] Numai în acest sens un text clasic este o lucrare ce nu poate fi disociată de un autor, care – după cum a subliniat Roland Barthes – este ca și un părinte al ei, fiind legată de el printr-un raport de filiație.[3] Așa că în mod pertinent putem opune *lucrarea* (tipărită) *textului* (digital).[4]

Dispariția autorului

Referindu-ne la considerațiile precedente, putem afirma că într-o anumită măsură publicarea textelor digitale pe Internet înseamnă disoluția noțiunii de autor.

[1] A se vedea *Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web*, Gallimard, Paris, 2012, pp. 133-135.

[2] A se vedea *ibid.*, pp. 117-122.

[3] *Œuvres complètes*, t. II, Seuil, Paris, 1994, p. 1215.

[4] A se vedea A. Finkielkraut, «Fatale liberté», în A. Finkielkraut și P. Soriano, *Internet, l'inquiétante extase*, Mille et une Nuit, Paris, 2001, pp. 32-34.

Lucrul acesta este adevărat când e vorba de texte realizate prin multiple contribuții pasive (compilații prin metoda *copy-paste*) sau active (Wikipedia și alte realizări colective și anonime).

Astfel, Raffaele Simone scrie:

> Conceptul de autor este asociat unui text care este încheiat, nu se poate modifica și pe care-l putem lega de o sursă bine precizată. Din contra, un text „deschis" poate chiar să nu mai aibă autor [...]. La fiecare nou pasaj, un nou autor își poate interpola propriul fragment de text și astfel să obțină un produs bine definit și încheiat. În felul acesta este distrusă „membrana protectoare" pe care textul scris o are de secole, care permite să intri în el numai printr-un singur mod, cel al interpretării, și nu prin noi intervenții de ordin textual. Altfel spus, textul își pierde acest soi de *habeas corpus* care permite recunoașterea autorului, a originalității, a responsabilității (în diversele sensuri ale acestui cuvânt). Pentru numeroase texte digitale, autorul pur și simplu nu mai există [...]. În fața unui text dematerializat, care nu este scris de mâna autorului, lipsit cu totul de amprenta unui autor, ideea însăși de autor ar putea să dispară.[1]

Producția literară în sens larg a fost dominată până în zilele noastre de multe secole de primatul autorului, căruia i s-au atribuit datorii și drepturi. Principala lui datorie era să ofere un text original, autentic și finalizat; or, un mare număr de texte digitale, după cum am văzut, face ca această datorie să devină caducă. Drepturile sale principale erau, pe de o parte, drepturi de natură intelectuală, conform cărora autorul era unicul proprietar al lucrării sale și ca urmare singurul în măsură să o modifice. Pregă-

[1] A se vedea *Pris dans la Toile. L'esprit aux temps du Web*, Gallimard, Paris, 2012, pp. 112-113.

tirea universitară îi deprindea pe studenți să-i stimeze pe autori și să le respecte textele, iar singura manieră autorizată de a pătrunde și a interveni în text era interpretarea (comentarea, explicarea) lui. Drepturile sale erau, pe de altă parte, „drepturi de autor" negociate cu editorul, conform cărora era remunerat pentru munca sa. Or, procedeele, devenite curente în textele digitale, de copiere și lipire (*copy-paste*) sau de inserare de texte împrumutate fără trimitere la sursă, ca și priceperea diverselor persoane de a se introduce în aceste texte digitale, pentru a-l modifica, privează autorul de dreptul său de proprietate. Piratarea, și ea devenită practică curentă și contra căreia nu există nici o protecție eficace, privează autorul de redevența care i se cuvine pentru munca sa; este desigur un element exterior și secundar, dar contribuie și el în felul său la deposedarea textului de autorul său, ca și autorului de textul său.

PAGUBE COLATERALE PRODUSE EDITURILOR ȘI CREAȚIEI INTELECTUALE

Criza editării de cărți

Criza lecturii, produsă în mare parte de noile media, a avut, în mod evident, urmări negative asupra editării de texte tipărite. Vânzările multor ziare și reviste s-au prăbușit, la fel și vânzările de reviste și cărți. Multe edituri s-au închis ori și-au redus drastic efectivul și numărul de publicații. Cele care merg bine s-au salvat prin publicarea de *best-sellers*, care sunt în general de calitate literară mediocră, însă elaborate potrivit unor tehnici deja probate, pentru a fi pe placul marelui public.

Faptul că majoritatea editorilor au criterii de selecție de ordin comercial și că preferă publicarea de cărți simple (pentru a-și extinde publicul) și scurte (pentru a reduce costul de fabricație și prețul de vânzare) favorizează textele facile în detrimentul textelor complexe, care necesită timp pentru argumentare și documentare.

Lucrările cu un nivel intelectual riguros din domeniul științific, tehnic, economic, filosofic, teologic etc. au aprioric puține șanse de a fi editate. Iar dacă lucrul acesta se întâmplă, atunci editarea lor se face „pe spezele autorului"[1] sau de editurile unor instituții (universități, centre de cercetare...) sau grație subvențiilor publice (cum ar fi, în Franța, cele oferite de Centrul Național al Cărții).

În actuala conjunctură, puțini editori acceptă să-și asume riscuri (care sunt totuși inerente acestei meserii și au oferit șansa apariției de numeroase capodopere).

Marile speranțe oferite de ediția digitală sunt în realitate iluzorii

Se poate obiecta că ediția digitală le-a deschis editorilor o piață nouă și promițătoare.

Toate ziarele și revistele au parte acum de o ediție digitală în paralel cu ediția tipărită sau care o înlocuiește pe aceasta. Noi ziare au fost create special pentru Internet. Marile edituri publică acum cărți electronice sau digitale (numite *e-books*, e-cărți sau cărți 2.0) în paralel cu cărțile tipărite, iar anumite edituri (mai ales în Statele Unite) nu mai publică decât versiunea digitală.

---

[1] Editurile clasice recurg la acest sistem tot mai mult, fie în mod sistematic, fie în cadrul unor anumite colecții, dar de o manieră ocolită sau nemărturisită, pentru că lucrul acesta aduce prejudicii atât autorului (care plătește ca să fie publicat), cât și editorului (privit ca unul interesat de profit, pentru că este plătit).

Aceste ediții digitale au anumite avantaje pentru cititori: prețul lor mult mai mic și depozitarea lor este mai ușoară; ele se pretează de asemenea la indexare și căutări ulterioare. Dar, mai ales, ele prezintă multe avantaj pentru editori: pentru un preț de vânzare care reprezintă în medie două treimi din cel al ediției tipărite, costul de producție este aproape nul: el se limitează la punerea în pagină – care nu ia decât câteva ore – a versiunii digitale furnizate de autor (care, potrivit solicitării editorilor, trebuie trimisă într-o formă definitivă, cu alte cuvinte deja corectată). Editura face economie cu întregul proces al ediției tipărite și mai ales cu operațiile cele mai costisitoare: tipărirea, difuzarea și distribuirea.[1] Beneficiul realizat de un editor este deci mult mai mare la vânzarea unei cărți digitale decât la vânzarea unei cărți tipărite. Același lucru este valabil pentru distribuitor, care nu are cheltuieli cu depozitarea și nici cu transportul. Nu este deci surprinzător faptul că ambii fac eforturi să dezvolte și să promoveze această formă de editare, mergând până la a dori pur și simplu moartea cărții tipărite.

Și totuși, editarea de cărți digitale, odată depășită vremea entuziasmului și a speranțelor, nu corespunde așteptărilor. Cu toate că pătrunderea acestora pe piața de carte variază în funcție de țară[2], se constată în general că, după

[1] Distribuirea cărții grupează activitățile legate de circulația fizică a lucrărilor (depozitare, transport) și gestionarea fluxurilor (fizice, financiare și informatice). Ea face legătura dintre editor și librărie, îndrumând cărțile spre punctele de vânzare. Difuzarea desemnează ansamblul operațiilor comerciale și de marketing puse în mișcare de editori, în diverse rețele de vânzare, și, în mod particular, de echipe de reprezentanți specializați.

[2] În prezent, cea mai puternică pătrundere pe piață s-a produs în Statele Unite, iar cea mai slabă în Franța...

o creștere spectaculoasă în primii ani, în ultimii ani observăm o descreștere permanentă.

Conform unui studiu efectuat de Livres Hebdo/IPSOS în 2014, cititul în format hârtie este în recul evident în ultimii ani, dar el nu este totuși înlocuit și compensat prin lectura digitală, cu toate că 46% dintre familiile cu copii dispun de tablete.

Dinspre partea editorilor, editarea digitală este minată de fenomenul pirateriei, așa cum, înainte de ea, s-a întâmplat cu editarea muzicală și cea cinematografică. Conform unui studiu al firmei de *streaming* de cărți digitale Youboox, realizat în martie 2014, una din două cărți digitale este piratată, iar aceasta în ciuda protecțiilor tot mai solide puse în funcțiune de editori. Acest lucru reduce vânzările şi deci şansele autorilor de cărți cu tiraj mic de a fi editaţi.

Dinspre partea cititorilor, cum notează Nicholas Carr, „în ciuda anilor de propagandă mediatică pentru cartea electronică, constatăm că în ansamblu oamenii nu sunt interesați de ea".[1] În pofida avantajelor oferite de *reader*-e şi a performanţelor acestora, pentru cei pasionați de citit, lectura unei cărți tipărite rămâne mai plăcută și mai puțin obositoare decât lectura unei cărți digitale. Cartea electronică este de fapt mult mai potrivită pentru consultare decât pentru o citire continuă, și pentru o lectură de lucru decât pentru o lectură de plăcere.

Dinspre partea autorilor care au dificultăți să găsească un editor, editarea digitală oferă fără îndoială perspective noi, aparent mai favorabile decât cele oferite de editarea tipărită.

[1] *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, p. 146.

Numeroase site-uri sunt dedicate realizării (de către autor sau de un terț) și difuzării cărților digitale. Fiecare poate de asemenea să fie, pe blogul său, propriul editor și propriul difuzor al cărților sale digitale.

În toate cazurile este posibil ca în paralel să se ofere şi ediții tipărite, deoarece imprimantele cu funcții de legătorie permit de câțiva ani să se producă, pornind de la un simplu PDF, cărți la comandă (chiar și un singur exemplar) la un cost mic.

Dar această categorie de cărţi auto-editate prezintă același inconvenient ca și cărțile publicate pe spezele autorilor. Ele nu au practic nici o vizibilitate pe piața cărții și nu aduc, în ce privește calitatea lor, acel minimum de referințe pe care le oferă ediția tradițională. Nefăcând obiectul nici unei selecții în cadrul unui comitet de lectură, ele nu oferă *a priori* nici o garanție de calitate (măcar relativă). Libertatea de a publica, pe care oricine o are și care pare minunată, sfârșește prin abolirea oricărei ierarhii, printr-o lipsă de diferențiere între produse și printr-o scădere generală a calității. Această scădere a calității este amplificată de faptul că cel care publică, nefiind supus nici unui control – nici unui proces de selecție și nici unei eventuale necesități de a opera corecturi – nu se mai simte supus unor exigențe din afară, așa că își poate permite orice deficiență cât privește fondul și orice neglijență cât privește forma.

Distrugerea cărții tipărite prin cartea electronică

Cartea electronică nu este concepută ca o simplă reproducere digitală a textului tipărit. Numeroşi editori concep textul după imaginea paginilor de Web, împănându-l cu legături de tipul hypertext, care trimit la surse ex-

terne (alte texte, imagini, sunete, fișiere video...) și cu *widgets* (care permit obținerea de informații diverse sau care declanșează secvențe publicitare). Scopul mărturisit este acela de a face cartea mai atrăgătoare și lectura ei mai dinamică (plecând de la principiul subînțeles că lectura unei cărți tipărite este plicticoasă); scopul nemărturisit este însă acela de a obține profituri suplimentare, mânându-l pe cititor să execute clic-uri, producătoare de venituri, îndrumându-l spre linkuri comerciale; în felul acesta se culeg informații despre cititor, care ulterior pot fi comercializate. Regăsim aici toate defectele publicațiilor și lecturii pe Web, evidențiate anterior, și în plus paradoxul că cei care editează cartea au ca interes și deci ca scop final deturnarea la maximum a atenției cititorului spre cu totul altceva decât cartea propriu-zisă.

Nu este surprinzător faptul că pentru mulți analiști cartea electronică nu se arată a fi o renaștere a cărții – sau ca o a doua șansă care i se oferă într-o epocă în care lectura cunoaște un recul –, ci, dimpotrivă, o etapă suplimentară pe drumul distrugerii sale.[1] Pentru Frédéric Beigbeder, de exemplu, cartea digitală înseamnă nici mai mult, nici mai puțin decât sfârșitul lumii literare.[2]

Industrializarea producției literare

Unul dintre inconvenientele cele mai redutabile ale cărții electronice este controlul pe care-l exercită difuzorii – și prin ei editorii – asupra cititorilor și autorilor.

---

[1] A se vedea mai ales excelenta analiză a lui C. Biagini, *L'Emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*, L'Échappée, Montreuil, 2012, partea I, cap. 1: «L'ebook: en finir avec le livre», pp. 39-102.

[2] *Premier bilan après l'Apocalypse*, Grasset, Paris, 2011.

Reader-ele vândute de marii difuzori, cum sunt Google, Amazon sau Barnes & Noble, oferă cititorului posibilitatea de a face, la fel ca pe o carte tipărită, însemnări personale (sublinieri, evidențieri, bifări sau diferite alte semne, note marginale) la pasajele care i se par cele mai interesante; dar ele înregistrează de asemenea atenția pe care acesta o acordă unui anumit capitol, unei anumite pagini sau unui anumit pasaj, sau încă și a pasajelor pe care le sare sau le citește rapid. Acest lucru permite vizarea a ceea ce interesează pe cititor, nu doar pentru a-i face, la revenirea sa pe site-ul cu vânzări, propuneri corespunzătoare, ci și pentru a cadra ceea ce interesează pe toți cititorii și a stabili în conformitate cu aceasta propunerile viitoare ale editorilor. Informațiile strânse vor permite editorilor să stabilească în mod aprioric, în termeni de volum și de conținut, tipuri de opere literare care să placă unui public cât mai numeros, și să pretindă autorilor să se conformeze acestor tipuri, dacă nu chiar să opereze ei înșiși o reorientare în acest sens. Ne putem închipui că aceste exigențe se vor rezuma la două aspecte: scurtime (idealul fiind comercializarea de cărți până în 100 de pagini, la un preț de sub 10 Euro) și maximă simplitate. Barnes & Noble a indicat direcția realizând, pe baza datelor furnizate de *reader*-ul său Nook, așa-numitele Nook Snaps, cărți electronice scurte și ușoare, prezentate astfel pe site-ul editorului de expresii: „Conținut scurt, rapid citite".

Această industrializare a producției literare împlinită prin intermediul unei industrializări a lecturii[1] se va manifesta probabil de asemenea de o altă manieră, pe care

[1] A se vedea A. Giffrard, «Des lectures industrielles», în B. Stiegler, A. Giffard și C. Faure, *Pour en finir avec la mécroissance. Quelques réflexions d'Ars industrialis*, Flammarion, Paris, 2009.

o prezenta scriitorul Steven Johnson într-un articol din *Wall Street Journal*.[1] Ca să fii astăzi la curent cu cărţile care apar, pentru majoritatea oamenilor nu mai înseamnă să mergi prin librării sau să citeşti cronici literare în ziare sau reviste; e de ajuns o referinţă găsită întâmplător pe Internet prin intermediul unui cuvânt-cheie. Or, site-urile de căutare, cum este Google, stabilesc printr-un anumit algoritm un clasament al cuvintelor-cheie, pe baza frecvenţei şi însemnătăţii lor comerciale.[2] Potrivit lui Johnson, ne îndreptăm spre un proces în care editorii şi difuzorii vor impune autorilor nu doar titlul cărţii, ci şi titlurile capitolelor sau ale secţiunilor de capitole, în funcţie de capacitatea cuvintelor folosite de a se plasa pe un loc bun în rezultatele site-urilor de căutare. Etapa următoare va fi foarte probabil o feliere similară cu cea pe care o observăm de mult în muzică (unde nu se mai vând discuri întregi, ci doar fragmente izolate): o vânzare a conţinutului unei cărţi, ca să zicem aşa, *à la carte*, pe părţi sau pe capitole. Vom observa atunci acelaşi tip de descompunere a operei ca acela care se petrece deja pe Internet şi pe care l-am analizat anterior, dar cu o dimensiune comercială mai accentuată. Nu e vorba aici de o utopie, de vreme ce contractele pe care editurile le încheie cu autorii includ o clauză care prevede dreptul de a vinde cartea sub formă de extrase, iar pentru cărţile tipărite cedarea drepturilor de autor pe capitole a început deja.

---

[1] «*How the E-Book Will Change the Way We Read and Write*», *Wall Street Journal*, 20 aprilie 2009.

[2] A se vedea F. KAPLAN, «Quand les mots valent de l'or», *Le Monde diplomatique*, noiembrie 2011, p. 28.

Dezumanizarea filierei de carte

Faptul că producerea unei cărți este supusă exigențelor impuse de noile media a generat o dezumanizare a filierei prin care trece cartea în toate etapele sale: avem în prezent lucrări asupra cărora autorii au pierdut controlul, ediții fără editori, librării fără librari, biblioteci fără bibliotecari și, în final, cărți care nu mai sunt cărți, rămase fără cititori adevărați, pentru lectura lor nu mai este cu adevărat lectură.[1]

Lumea cărților, odinioară o lume deplin omenească, cu o întreagă înlănțuire de relații conviviale, unde exista părtășie între cei care activau în ea, a devenit în zilele noastre un univers glacial, guvernat de imperative tehnice și economice, în care autorul și cititorul nu au ajuns simple unelte.

Cărțile tipărite vor deveni neîndoielnic pe viitor o raritate de mare preț, ce-ar trebui păzită și ocrotită cu scumpătate ca niște relicve dintr-un paradis pierdut. Acum ele sunt ultima mică insulă de rezistență în fața unei culturi bolnave, pe cale de descompunere.

[1] În completare la cele spuse, a se vedea în legătură cu aceste aspecte analizele pertinente ale lui C. BIAGINI, *L'Emprise numérique. Comment Internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*, L'Échappée, Montreuil, 2012, pp. 78-111.

V

CONTRACȚIA SPAȚIULUI ȘI A TIMPULUI

„Totul, și pe dată!"
(Lozincă din mai '68)

„S-au stins ca fumul zilele mele..."
(*Psalmul* 101, 4)

REDUCEREA DISTANȚELOR SPAȚIALE ȘI TEMPORALE

Un punct comun al noilor media este faptul că ele modifică într-un mod consecvent raportul nostru cu spațiul și timpul.

Spațiul și timpul sunt condiții determinante ale existenței noastre umane actuale, cadre de referință apriorice prin intermediul cărora percepem realitățile ce ne sunt exterioare, când e vorba de spațiu, și realitățile exterioare și interioare, când e vorba de timp. Reprezentarea pe care o avem despre lucruri, despre alții și despre noi înșine depinde așadar de ele într-o mare măsură, dar nu mai puțin voința noastră, dorințele, sentimentele, emoțiile noastre,

care sunt, de exemplu, mai mult sau mai puțin prezente, mai mult sau mai puțin intense, potrivit distanței spațiale sau temporale care ne separă de obiectul lor.

În mod global, noile media au ca efect reducerea spațiului și timpului care ne separă de lucruri și de ființe. Putem să le situăm, să le auzim sau să le vedem pe dată, oriunde s-ar afla pe această lume. Putem, într-un anume mod – în parte real, în parte virtual –, să ne întâlnim cu ele, fără să străbatem un spațiu, fără restricții de parcurs, fără să trebuiască să așteptăm.

O FALSĂ IMPRESIE DE LIBERTATE ȘI ATOTPUTERNICIE

Faptul de a nu mai fi supus – cel puțin într-o anumită măsură – constrângerilor spațio-temporale inerente condiției umane îi dă omului un sentiment de libertate și de putere, chiar de atotputernicie, încât ajunge să se simtă înzestrat cu calități proprii lui Dumnezeu, ca ubicuitatea, capacitatea adică de a se afla în același timp în mai multe locuri. O videoconferință, de exemplu, permite reunirea în același moment, într-o aceeași sală, pe un același ecran, a unor interlocutori care locuiesc la New York, Paris, Moscova, Beijing și Sydney. De fapt oricine poate să vadă, la televizor sau pe Internet, evenimente care au loc în același timp în diferite colțuri ale lumii și la ore diferite pentru cei care le trăiesc.

Noile media dau de asemenea omului capacitatea divină de a acționa asupra unor lucruri, la orice oră și la orice distanță s-ar afla: poți, cu o simplă glisare cu degetul pe smartphonul tău, să-ți închizi obloanele casei tale din

Bourgogne, în timp ce ești în vacanță pe o plajă din Maldive. Comerțul pe Internet îți permite să-ți procuri în scurt timp orice obiect, fabricat în orice loc de pe lume. Și tot așa, avem acces instantaneu la bibliotecile din întreaga lume, care pot să ne procure cărți și articole digitale, pe care cu greu le-am fi obținut cu vechile metode. În multe domenii, Internetul pare că pune întreaga lume la dispoziția noastră.

Și totuși, cum vom vedea, abolirea distanțelor nu desființează spațiul, iar caracterul virtual al contactelor sau al întâlnirilor crează de fapt alte distanțe. Faptul că nu trebuie să ne deplasăm nu numai că nu abolește spațiul real, dar privează aceste întâlniri posibile de o mare parte din substanța lor și sporește într-un anume fel sentimentul de singurătate. Faptul că nu trebuie să așteptăm ne face să câștigăm timp, dar ne privează totodată de beneficiile psihologice și spirituale ale așteptării, care sunt: răbdarea, dorirea mai aprinsă, sporirea bucuriei și intensificarea sentimentelor pe care le trezesc o satisfacere a dorințelor care nu se produce pe dată. Bucuria pe care o ai când ajungi în vârful muntelui, urcând cu greu, nu se compară cu sentimentul pe care îl ai când ai ajuns acolo cu elicopterul.

Nu este sigur, de altfel, că media chiar ne fac să *câștigăm* timp. Scurtarea timpului face ca el să treacă mai repede, și atunci noi de fapt dispunem de mai puțin timp, fiecare activitate fiind trăită mai puțin intens. Și pentru că noile media ne permit să facem tot mai multe lucruri, întotdeauna timpul nu ne mai ajunge.

Puterea pe care ni se pare că am câștigat-o nu se raportează adesea decât la obiecte, și deseori se finalizează prin puterea pe care media o câștigă în schimb asupra noastră – aceasta dacă nu ne-au dat deja pe mâna comercianților.

Pe scurt, libertatea și puterea de care ni se pare că dispunem se soldează prin noi limite și așadar se arată a fi în mare parte iluzorii.

ORGANIZAREA TIMPULUI, SUBJUGATĂ DE NOILE MEDIA

Se poate constata că organizarea zilnică a timpului nostru este într-o anume măsură supusă noilor media.

Acest lucru este adevărat pe plan profesional sau privat, unde primirea de noi mesaje perturbă în mod constant linearitatea timpului și, pe de altă parte, modifică permanent organizarea lui, prin faptul că implică o reorientare a activităților.

Lucrul acesta este valabil și pe plan familial, în mod egal sub două aspecte.

Pe de o parte, televiziunea a contribuit la fixarea și stabilirea momentului în care începem sau sfârșim anumite activități, activități care ocupă un loc important în organizarea programului zilei sau momentele-cheie ale acesteia. După cum observă Liliane Lurçat, în societățile moderne „televiziunea din căminul nostru, sau televiziunea domestică, tinde să devină o adevărată stăpână a casei, în jurul căreia se organizează și se desfășoară viața cotidiană".[1] Așa se face că, în multe cămine, orele de masă, de culcare și, uneori de sculare, pentru toți ai casei, sau timpul (momentul și durata) dedicat temelor, când e vorba de copii și adolescenți, sunt determinate de programul de la televizor. Telejurnalul, care ocupă în multe familii un loc sa-

[1] *Des enfances volées par la télévision. Le temps prisonnier*, ediția a 2-a, François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, p. 16.

crosanct, stabileşte ora mesei, în timp ce serialele – când nu trebuie să scapi nici un episod dacă vrei să înţelegi ce se întâmplă – stabilesc organizarea serii, iar ultima emisiune urmărită stabileşte ora de culcare. După cum constată Michel Desmurget, timpul televizual a înlocuit în mare parte timpul fiziologic.[1]

Pe de altă parte, diversele dispozitive vor să reţină atenţia utilizatorilor dincolo de limita obiectivă a organizării temporale: masa comună la una şi aceeaşi oră sau orice altă activitate comună au ajuns lucruri greu de împlinit, pentru că un membru al familiei vrea să vadă sfârşitul emisiunii preferate, altul nu vrea să rateze începutul emisiunii preferate de el, un altul nu se poate dezlipi de filmul la care se uită sau de CD-ul pe care îl ascultă, altul, iarăşi, trebuie neapărat să finalizeze o căutare sau o cumpărătură pe Internet, în fine un altul trebuie să răspundă pe dată la mesajele primite...

Această dificultate de a coordona activităţile familiale constituie o sursă de enervare pentru cei care se străduiesc s-o creeze, dar ea este deopotrivă o sursă de dezarticulare a vieţii de familie.

UN TIMP FĂRĂ CONTINUITATE

Noile media au schimbat în mod profund natura timpului, făcând din el un timp lipsit de continuitate, un timp fragmentat, fărâmiţat, împrăştiat.

Odinioară, continuitatea timpului putea fi experiată prin continuitatea activităţilor, care se puteau desfăşu-

[1] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediţia a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 51.

ra destul de multă vreme fără nici o întrerupere, și care aveau astfel o consistență și o omogenitate care se repercutau, la rândul lor, asupra timpului așa cum era el perceput. Această continuitate era profitabilă pentru activitățile noastre: permitea concentrarea, folosirea pe deplin a timpului, şi prin aceasta însăși eficacitate în dobândirea rezultatelor; nu ne ferea de oboseală, atunci când timpul era bine folosit, dar ne ferea de stress; e drept că putea să ducă la plictis, când nu aveam ce face, dar nu împiedica meditația, reflecția, reveria...

Astăzi, omul conectat are senzația unui timp discontinuu, compus din fragmente – ca să nu zicem frânturi; aceasta pentru că fie se dedică unei singure activități, care nu se poate desfășura în voie pe o perioadă lungă de timp, fiind necontenit întreruptă, fie se ocupă de mai multe activități aproape simultan, care nu sunt decât tot atâtea secvențe de timp lipsite de coerență și uneori fără nici o legătură între ele.

Cel care se uită la televizor – chiar atunci când nu sare de la un canal la altul și de la un program la altul – este prins în fluxul schimbărilor constante de planuri, la care îl supune realizatorul, care, în ceea ce-l privește, practică și el un soi de „zapare" de la o cameră de luat vederi la alta, pentru a nu plictisi cumva prin planuri statice pe telespectatorul obișnuit cu discontinuitatea și permanentele schimbări practicate de toate celelalte media.

Cel care lucrează la biroul său este necontenit întrerupt de telefoane primite pe „fix" sau pe mobil, de mailuri și SMS-uri anunțate prin semnale sonore, de alerte de pe Facebook și Twitter, care clipesc pe ecran, în timp ce fluxurile de tip RSS sau podcast la care este abonat își fac și

ele cunoscute noutăţile lor ultime de asemenea printr-un semnal vizual sau sonor. Atunci când lucrează cu ecranul în faţă, el este în plus mânat în mod impulsiv de un anume cuvânt pe care-l citeşte sau de un anume lucru pe care şi-l aminteşte sau de o anume imagine care i se iveşte în minte, să se îndepărteze de textul pe care-l redactează sau de tabelul pe care-l completează, căutând cu totul altceva prin diversele linkuri pe care calculatorul său i le pune la dispoziţie cu un simplu clic.

Omul conectat simte nevoia de nestăvilit atât de noutăţi şi de contact (nevoie care a fost, dacă nu creată, cel puţin întărită de uşurinţa cu care acestea se pot obţine). El se teme să nu piardă vreo informaţie importantă, dacă taie conexiunile, şi să nu se afle în afara zonei de acces sau izolat de societate, dacă îşi suspendă alertele; aceste temeri sunt de fapt simple închipuiri, întreţinute însă de presiuni de natură profesională, de o sărăcire a relaţiilor umane în societatea noastră, sau pur şi simplu de nevoia de a simţi că există în mod mediatic.

Această dublă nevoie face ca mai toţi cei care lucrează în faţa unui display să verifice des cutia poştală[1], cu toate că ea este setată pentru primirea automată a mesajelor, sau să-şi consulte contul de Facebook, cu toate că este programat să-i anunţe orice „eveniment" nou. Când e vorba de cel care citeşte un text pe Internet, el îşi întrerupe necontenit lectura, urmând diversele *link*-uri care împânzesc acest text, fiind pe deasupra perturbat de apelurile şi semnalele mai sus amintite. După cum observă Cory Docto-

[1] Până la 40 de verificări pe oră, după un studiu american (K. Renaud, J. Ramsay şi M. Hair, «"You've Got Email!" Shall I Deal with It Now?», *International Journal of Human-Computer Interaction*, 21, 2006, pp. 313-322).

row, de fiecare dată când pornim calculatorul, ne cufundăm într-un „ecosistem de tehnologii de întrerupere"[1]. Iar Internetul este în mod particular – după cum remarcă Nicholas Carr – un veritabil „sistem de întrerupere".[2]

După cum a arătat Bergson pe baza unei distincții foarte pertinente între timp (exterior și social) și durată (interioară și personală), modul în care trăim durata este influențat și marcat într-atât de modul în care trăim timpul, încât ea capătă însușirile acestuia.[3]

Chiar și atunci când nu se află lângă aparatele sale, *homo connecticus*, (de)format de activitățile mediatice habituale, trăiește lăuntric un timp discontinuu, fragmentat, fărâmițat, împrăștiat, care duce la pierderea unității și coerenței firești ale vieții sale lăuntrice.

UN TIMP CARE SE CONTRACTĂ

Toți utilizatorii de media constată caracterul cronofag – adică devorator de timp – al acestora.

Adeseori ele sunt folosite „ca să le treacă timpul", adică pentru a scăpa de plictiseala pe care o provoacă timpul lipsit de ocupație. Acest lucru este adevărat mai întâi când e vorba de televiziune, pe care, contrar opiniei curente, noile media nu au înlocuit-o, ci fie au mers în paralel cu ea, fie și-au însușit-o, integrând-o în sistemul lor. Multe persoane petrec în fiecare zi o mare parte din timpul lor în fața televizorului, care devine impresionantă atunci când o raportăm la timpul de care dispunem într-o zi, și chiar mai impresionantă dacă însumăm orele petrecute în acest

[1] «Writing in the Age of Distraction», *Locus*, ianuarie 2009.
[2] *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, p. 188.
[3] Cf. *Essai sur les données immédiates de la conscience*, Alcan, Paris, 1889.

fel într-o perioadă mai lungă. Michel Desmurget, bazându-se pe date statistice, constată că un spectator tipic de peste 15 ani petrece zilnic în jur de 3 ore și 40 de minute în fața televizorului, ceea ce înseamnă în mare 20% din timpul cât este treaz și 75% din timpul liber, sau, într-un an, 1338 de ore, adică aproape două luni, așadar o persoană care a trăit 81 de ani (speranța de viață actuală) a petrecut 11 ani din viață în fața televizorului, ba chiar 16 ani dacă ne raportăm numai la timpul când este treaz.[1]

Să adăugăm la aceasta timpul petrecut cu navigarea pe Internet, cu mailurile, cu SMS-urile sau cu mesajele de pe Twitter, cu alimentarea contului de Facebook, cu conversațiile la telefon și, în anumite cazuri, cu timpul dedicat jocurilor pe tot felul de dispozitive.

Navigația pe Internet are însușirea de a face ca timpul să treacă foarte repede și fără să-ți dai seama. Această capacitate „magică" se datorează înmulțirii operațiilor fizice și mai ales mintale legate de acest tip de media, deplasărilor constante de la o pagină la alta, de la un *link* la altul. După cum a arătat Aristotel, timpul este legat în modul cel mai strâns de mișcare și prin ea îl percepem. Cu cât mișcarea de referință este mai înceată, cu atât timpul ni se pare că trece mai încet; din contra, cu cât mișcările sunt mai numeroase și mai rapide, cu atât timpul ni se pare că trece mai repede.[2]

Dar navigarea pe Web ne fură timpul vieții și din alte părți. Se întâmplă adesea ca simpla căutare pe Internet a unei informații care ni se părea ușor de obținut, pe dată,

[1] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 40.

[2] Cf. *Physique*, IV, 10-11, 218b-219b.

să ne conducă la tot felul de acțiuni inutile și de ocolișuri până ce o găsim.

CULTUL RAPIDITĂȚII

Un mare număr de studii au constatat de multă vreme, în lumea modernă, nu doar o accelerare a timpului, dar și un veritabil cult al rapidității, care se impune în toate sferele vieții sociale și ale existenței individuale.[1] Pe toate le facem din ce în ce mai repede și avem pretenția ca totul să se facă din ce în ce mai rapid.

Omul modern este un om grăbit, în mod activ și, de asemenea, în mod pasiv: este, adică, silit să se grăbească atunci când el însuși nu se grăbește.

Dezvoltarea – cu începere din a doua jumătate a secolului al XIX-lea – mijloacelor de transport, apoi a comunicațiilor, tot mai rapide, a creat și a dezvoltat o practică a vitezei.

Aceasta a fost consolidată la locul de muncă prin dezvoltarea mașinismului, care a permis o creștere a ritmului de activitate și de producție.

Societatea modernă a făcut din productivitate o normă, și a introdus ca urmare noțiunile de „câștig de timp"

[1] J. GLEICK, *Faster. The Acceleration of Just About Everything*, Abacus Press, Londra, 1999; C. STUDENY, *L'Invention de la vitesse*, Gallimard, 1995; J.-M. SALMON, *Un monde à grande vitesse. Globalisation, mode d'emploi*, Seuil, Paris, 2000; J. OLLIVRO, *Quand la vitesse change le monde*, Apogée, Rennes, 2006; B. WARF, *Time-Space Compression. Historical Geographies*, Routledge, Londra, 2008; P. JOSÈPHE, *La Société immédiate*, Calmann-Lévy, Paris, 2008; R. HASSAN, *Empires of Speed. Time and the Acceleration of Politics and Society*, Brill, Leiden, 2009; H. ROSA și W. E. SCHEUERMAN, *High-Speed Society. Social Acceleration, Power and Modernity*, Pennsylvania state University, state College, 2009; H. ROSA, *Accélération. Une critique sociale du temps*, La Découverte, Paris, 2010; J.-L. SERVAN-SCHREIBER, *Trop vite. Pourquoi nous sommes prisonniers du court terme*, Albin Michel, Paris, 2010.

și „pierdere de timp". S-au pus atunci la punct instrumente tot mai precise de măsurare a timpului[1], cu scopul de a-l face rentabil la maximum. Această abordare era cu totul necunoscută în societățile tradiționale, pentru care timpul nu conta și nu se contabiliza. Aceste societăți nu știau ce înseamnă rapiditatea, care nu prezenta pentru ele nici un interes, și, în mod spontan, se mișcau într-un mod lent, sau cel puțin într-un mod care nouă ni se pare a fi așa. În aceste societăți, omul putea spune cu adevărat că „are timp", în vreme ce în societățile moderne, timpul este cel care ne posedă pe noi, pentru că de el am făcut să depindă într-atât de mult orice activitate socială sau individuală, încât le-am ferecat în secvențe temporale precis definite, cu scopul de a le controla cât mai bine și de a le face cât mai rentabile.

Noile media au contribuit major la acest proces global de prețuire a rapidității, prin faptul că permit o transmitere instantanee a textului, imaginii și sunetului, dar și o comunicare ultrarapidă a dispozițiilor în sfera muncii sau a comenzilor și prelucrării lor în sfera comercială; să nu uităm de tranzacțiile din domeniul financiar, efectuate cu „înaltă frecvență".

Ele au creat de asemenea, prin însuși modul lor de funcționare, o obișnuință cu rapiditatea, care a devenit pentru viața psihică în așa măsură o a doua natură, încât constituie o necesitate imperioasă, suscitând nerăbdare, enervare, neliniște sau angoasă atunci când lucrurile se desfășoară mai lent, adică nu se împlinesc pe dată.

[1] A se vedea J. ATTALI, *Histoires du temps*, Fayard, Paris, 1982.

TOTUL, IMEDIAT

Noile media au devenit mijloace de a obține „totul, imediat", și fac din fiecare utilizator un soi de copil răsfățat, ale cărui dorințe și capricii sunt satisfăcute pe dată și care nu suportă să fie lipsit de acest răsfăț.

Telefonul mobil, SMS-urile și mailurile permit formularea pe dată a unei cereri și obținerea pe dată a unui răspuns.

Televiziunea, cu sutele ei de canale, permite în orice moment obținerea unui program „la cerere", conform intereselor, dorințelor sau chiar impulsurilor de moment ale fiecărui telespectator.

La fel când e vorba de Internet, cu miliardele sale de texte, secvențe video, filme, fotografii sau fișiere muzicale.

Facebook permite intrarea imediată în legătură cu „prietenii", iar Twitter permite cunoașterea și transmiterea instantanee a unei opinii personale către o mare mulțime de oameni.

Așa-numitele *chat-rooms* (forumuri de discuție în direct) permit oricui simte nevoia de a discuta cu cineva, să și-o împlinească pe dată.

Internetul ne permite să ne plimbăm în tot felul de magazine, să comandăm pe loc lucrul pe care îl poftim și să-l primim cum nu se poate spune de repede. Viteza de livrare este un argument comercial asupra căruia insistă mult site-urile comerciale, pentru că se știe că un consumator vrea să obțină fără întârziere ceea ce a comandat. Aceste site-uri propun adesea, pe lângă opțiunea „rapid", o opțiune „ultra-rapid"[1], pe care, de o manieră caracteristică, Amazon a denumit-o „Premium".

[1] Această firmă oferă livrare gratuită a doua zi, dar altele livrează chiar în ziua comenzii.

Am putea vedea în toate acestea un formidabil spațiu de libertate, dar și un proces care îl face pe om prizonierul propriilor dorințe. Alain Finkielkraut îl vede în felul acesta pe omul conectat ca și „închis în propria sa cerere, predat satisfacerii imediate a poftelor sau neastâmpărului lui, prizonier al *limitei de așteptare zero*".[1]

Acest filosof este preocupat de asemenea de formarea treptată a unui nou tip de om, incapabil să înfrunte realitatea obiectivă în toată duritatea ei: „Internetul favorizează constituirea și propășirea/avântul unui individ al așteptării zero, care nu concepe realitatea decât ca maleabilitate. Cu greu ar putea fi convertit acest copil răsfățat la cugetarea limitelor și la simțul măsurii."[2]

Obișnuința cu obținerea pe dată a tot ce-și dorește face ca pentru omul conectat realitatea să devină insuportabilă de îndată ce nu răspunde imediat dorințelor sale, așa cum de altfel se și întâmplă adesea, pentru că este o mare distanță între lumea virtuală, în care el se mișcă mai tot timpul și lumea reală, în care dorințele sale întâmpină felurite constrângeri.

O LUME INTOLERANTĂ LA FRUSTRARE, INCAPABILĂ DE AȘTEPTARE ȘI LIPSITĂ DE DINAMICA DORINȚEI

Se cunosc problemele psihologice, ulterior existențiale, ale copiilor „răsfățați", adică cei cărora părinții le împlinesc pe dată toate poftele sau, și mai rău, le anticipează.

[1] «Fatale liberté», în A. FINKIELKRAUT și P. SORIANO, *Internet, l'inquiétante extase*, Mille et une nuits, Paris, 2001, p. 26.
[2] *Ibid.*, p. 48.

Nu există, în existența omenească, plăcere fără durere, bucurie fără chin, fericire fără suferință, desfătare fără cusur, dorință împlinită fără adăstare. E un fapt bine cunoscut de psihologi, dar și de scriitori și de oamenii duhovnicești, că intensitatea plăcerii este pe măsura intensității dorinței, și că intensitatea dorinței este pe măsura duratei sau a depărtării de cele dorite.

O lume în care, prin magia Internetului, se poate obține în mod real, sau măcar virtual, tot sau aproape tot ce-ţi dorești, devine o lume fără sau aproape fără dorințe, așadar o lume fără plăcere, fără bucurie, fără delectare și fără fericire.

De altfel se știe cât de necesară este frustrarea pentru adaptarea copilului la viața socială. Popularizarea freudismului în anii '60 ai secolului trecut a fost însoțită de o interpretare contrară, conform căreia frustrarea ar fi un factor patogen, iar satisfacerea pe dată a tuturor dorințelor, un factor de sănătate psihică și de împlinire. Educația liberală întemeiată pe aceste principii s-a dovedit catastrofală: mulți copii, care nu au fost educați să înfrunte frustrările pe care le întâlnim în mod inevitabil în viața socială, au ajuns niște inadaptați și întotdeauna nemulțumiți de viața lor.

INCONVENIENTELE RAPIDITĂȚII

Homo connecticus a dobândit un sentiment al depăşirii limitelor spaţiului şi timpului prin scurtarea intervalului de aşteptare, de executare sau de obţinere a ceea ce voieşte. Dar el este de fapt supus altor limite, uneori mai constrângătoare.

Rapiditatea conexiunilor şi a timpului de răspuns le permite persoanelor intrarea imediată în contact unele cu altele. Lucrul acesta sigur că elimină deplasările și de asemenea aşteptarea, care-şi aveau fiecare inconvenientele lor. Dar această rapiditate suprimă de asemenea avantajul de a oferi unei întâlniri mai multă consistență prin efortul depus, pentru care ea ar fi o adevărată răsplată.

Oricare cerere, prin însăşi viteza cu care ajunge la destinatar, suportă greu o întârziere a răspunsului. Exigența unui răspuns sau a unei reacţii imediate, inerentă mijloacelor de comunicare moderne, implică o tensiune şi un stres suplimentar pentru cel care primeşte cererea, dar şi pentru cel care o formulează, pentru că nu mai există acel răgaz oferit înainte de timpul mai lent de prelucrare a mesajului.

Stresul este amplificat de asemenea de înmulțirea solicitărilor, uneori simultane, favorizată de noile mijloace de comunicare.

Scrisorile trimise prin poştă ofereau mai mult timp pentru a fi scrise în linişte, într-un moment potrivit. Constrângerile care țin de scris, de mersul la poştă, de costul timbrelor, limitau numărul de mesaje la strictul necesar, în timp ce stilul minimalist al mailurilor, ca să nu mai vorbim despre stilul încă și mai minimalist al SMS-urilor și al mesajelor de pe Twitter, favorizează într-atât proliferarea mesajelor, încât persoanelor care primesc multe asemenea mesaje le este foarte greu, dacă nu chiar imposibil, să se uite peste toate, și acest prea-plin ajunge să blocheze corespondența.

În principiu, Internetul ne permite să obținem imediat toate informațiile dorite. Dar, în realitate, din cauza unor

factori, cum ar fi: mulțimea datelor, absența ierarhizării după criteriile celui care le caută și ierarhizarea lor nedorită, după criteriile (adesea comerciale) ale furnizorului, precum și frecventa absență a datelor pertinente sau căutate cu prioritate, până la urmă timpul de căutare este mai lung decât am prevăzut, și rătăcim pe cărările diverselor *link*-uri. Adeseori observăm cu uimire cât de mult timp am pierdut căutând rezultatul dorit (uneori fără succes). Rapiditatea cu care suntem conduși pe căi ocolite nu ne scurtează nicidecum drumul!

Multe alte inconveniente sunt legate de viteza inerentă noilor media.

Vom vedea cum mailurile și SMS-urile au repercusiuni negative asupra formei mesajelor, traducându-se îndeosebi printr-o sărăcie de stil și printr-o lipsă a formulelor celor mai elementare de politețe. Aceste lipsuri sunt în clar legate de dorința de a fi scurt, ca să fii cât mai rapid.

Sunt multe neînțelegeri legate de această manieră de redactare rapidă. Și de asemenea multe erori, din cauza unor greșeli de tastare sau scriere pe ecran, prin folosirea lor în mod impulsiv. Greșelile de tastare mai întotdeauna nu sunt corectate, pentru că preocuparea de a fi cât mai rapizi nu ne lasă timp pentru recitirea mesajului. Adeseori, apăsându-se greșit pe o tastă, tot din cauza grabei, fie se trimite un mesaj nefinalizat, fie el este trimis unui alt destinatar decât cel dorit, dacă nu chiar la toți cei cu care se corespondează în mod obișnuit, prin alegerea grăbită a opțiunii „trimite la toți".

Când scrisorile se trimiteau prin poștă, nu se puneau deîndată la cutia poștală, mai trecea ceva timp; acest fapt lăsa timp pentru recitirea ei, pentru unele schimbări, pen-

tru îmbunătățirea, corectarea sau completarea anumitor formulări. Ușurința și rapiditatea cu care pot fi trimise mailurile elimină orice răgaz de reflecție, lăsând mesajul în faza primei sale redactări.

Se știe doar că orice lucru bine făcut cere timp și că finisajele ce i se aduc contribuie în mod major la calitatea sa. Preocupate de rapiditate cum sunt, noile media nu lasă deloc timp pentru finisaje, iar dorința de a înainta repede scade calitatea muncii, pentru că se caută scopul înainte de a se oferi mijloacele de a-l atinge.

O LUME LIPSITĂ DE DURATĂ

Departe de a ne elibera de limitările timpului, noile media produc deopotrivă o contracție și o accelerare a acestuia.

De aici rezultă o lume lipsită de durată, pentru că totul se schimbă tot timpul și nu mai există spațiu între reperele temporale.

După cum a arătat Aristotel și în urma sa Fericitul Augustin[1], timpul nu are o realitate obiectivă, el este „măsura/numărul mișcării", adică este definit printr-o evaluare, săvârșită de gândire, a unui „spațiu" psihic care are drept referință ce este *înainte* și ce este *după*.

În noile media, „înainte" și „după" se succed într-un număr atât de mare și atât de rapid, încât spațiul dintre ele se reduce și devine imposibil de evaluat de conștiința noas-

[1] Cf. ARISTOTEL, *Physique*, IV, 10-11 [tr. rom. de N.I. Barbu, în: ARISTOTEL, *Fizica*, Editura Științifică, București, 1966 – *n. trad.*]. AUGUSTIN, *Confessions*, XI, 14-28 [tr. rom. de Prof. dr. doc. Nicolae Barbu, în: FERICITUL AUGUSTIN, *Scrieri alese*. Partea întâi, *Confessiones (Mărturisiri)*, PSB, vol. 64, EIBMO, București, 1985, pp. 250-261 – *n. trad.*].

tră; ea nu mai experiază timpul ca o durată, ci mai curând ca o succesiune de secvențe scurte, lipsite de amploare.

ACCELERAREA SARCINILOR CE TREBUIE ÎNDEPLINITE

Utilizarea informaticii şi a noilor media a generat o accelerare a timpului, dar și o accelerare a sarcinilor ce trebuie îndeplinite, într-un număr mai mare, în același interval de timp și totodată mai repede.

Ideea, exprimată încă din anii '60 ai secolului al XX-lea, că mașinile vor permite o „civilizație a timpului liber"[1], se arată astăzi a fi o iluzie (nu și pentru șomeri, care însă nu se așteptau deloc la genul de timp liber de care au parte fără să vrea). Ideea că dispozitivele IT și mijloacele de comunicare moderne ne vor scoate de sub tirania timpului se arată astăzi și ea la fel de iluzorie. E adevărat că totul merge tot mai repede, dar numai pentru că trebuie prelucrat un volum de date întotdeauna mai mare, așa încât până la urmă nu există vreo schimbare, în afară de aceea, nedorită, că timpul de lucru mușcă tot mai mult din timpul nostru liber, deoarece mijloacele de comunicare moderne îi mențin pe angajați conectați 24 de ore din 24, iar în felul acesta, mereu la discreţia superiorilor.

MULTITASKING

Folosirea noilor media a făcut posibilă o nouă formă de lucru, denumită în engleză *multitasking*, adică împlinirea în paralel a mai multor activități. De exemplu, dăm te-

[1] A se vedea de exemplu J. DUMAZEDIER, *Vers une civilisation des loisirs?*, Seuil, Paris, 1962.

lefoane în timp ce tastăm pe calculator, navigăm pe Internet, ne verificăm mailurile, ne uităm la fotografii, retuşăm imagini şi sunete etc.); sau facem tot felul de alte activităţi în timp ce telefonăm. Calculatorul însuşi, prin polivalenţa sa şi prin faptul că include mai multe media, nu doar că se pretează la împlinirea în paralel a mai multor activităţi, ci şi o favorizează. Într-un anume fel, el este chiar conceput pentru lucrul acesta, de vreme ce oferă posibilitatea de a avea pe ecran multe elemente eterogene. Creierul uman este într-adevăr adaptat într-o anumită măsură pentru împlinirea în mod simultan a mai multor acţiuni (de exemplu, în timp ce mergem, putem să ţinem în mână o carte, putem să citim, putem să dăm paginile); dar este vorba aici de acţiuni coordonate, în timp ce acest *multitasking* favorizat de noile media este eteroclit.

Atunci când, în acest din urmă caz, se asociază două activităţi, în mod inevitabil această cuplare a lor le este dăunătoare. Operatorul nu este pe de-a-ntregul atent nici la una, nici la cealaltă, iar operarea lor simultană sporeşte stresul şi oboseala.

Când acest *multitasking* implică un interlocutor, apar probleme de natură umană: se perturbă relaţiile, cu atât mai mult cu cât persoana cu care comunicăm nu este fizic prezentă. Dacă ea ar fi fost de faţă, nu ne-am fi permis să lucrăm la calculator, să ne uităm pe Internet sau să răspundem la SMS-uri în acelaşi timp în care vorbim cu ea, pentru că am fi ofensat-o prin lipsa noastră de politeţe. Credem însă că, ascunşi cum suntem în biroul sau apartamentul nostru şi nevăzuţi, interlocutorul nostru nu ştie ce facem. Dar de fapt e foarte uşor să-ţi dai seama că ai de-a face cu cineva care face şi altceva decât să vorbească cu ti-

ne, după tonul său distant și absent, după faptul că ne cere des să repetăm anumite cuvinte sau fraze (sau după faptul că el însuși repetă întrebările noastre), după răspunsurile sale întârziate și cu sincope. Din perspectiva valorilor creștine sau pur și simplu umane, această practică nu poate fi privită decât ca o lipsă de respect, de atenție și de prețuire față de interlocutor, iar faptul că el înțelege sau resimte lucrul acesta nu poate decât să-i schimbe în rău sentimentele față de cel cu care comunică.

Împlinirea simultană a mai multor activități nu aparține doar domeniului profesional; ea privește, în cazul adulților, și activitățile din timpul liber, unde riscurile profesionale sunt, e drept, mai mici, dar consecințele asupra calității relațiilor umane sunt tot atât de dăunătoare.

Acest *multitasking* afectează de asemenea activitățile școlare ale elevilor și adolescenților, care își fac temele ascultând muzică la căști, ori cu televizorul în față, sau undeva, în fundal, sau primesc și răspund la SMS-uri, sau iau parte la *chatt*-uri pe calculator sau pe smartphone...

Unii autori au afirmat că împlinirea simultană a mai multor activități dezvoltă o nouă abilitate, dar aceasta este superficială și aduce prejudicii realizării serioase a fiecărei activități în parte, și, în general, reflecției de profunzime. Jordan Grafman, directorul secției de neuroștiințe de la Institutul național american de tulburări și atacuri neurologice, constată că: „cu cât practicați mai mult *multitasking*-ul, cu atât gândiți mai puțin profund, cu atât mai puțin sunteți capabili să tratați o problemă și să o rezolvați printr-un raționament”.[1]

[1] Citat de N. CARR, *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, p. 200.

Efectele negative ale *multitasking*-ului asupra performanțelor intelectuale ale celor care îl practică sunt subliniate de Michel Desmurget: „O bună parte din resursele cerebrale sunt absorbite de gestionarea acestui proces de *multitasking*, și nu de împlinirea sarcinii. Un studiu de neuro-imagistică a subliniat că mecanismele de învățare și de memorie sunt alterate la cel mai de bază nivel neuronal, atunci când subiectul trebuie să jongleze cu două sarcini simple. Pe plan comportamental, cei care practică *multitasking*-ul dezvoltă, pe termen lung, tulburări serioase de atenție[1], de concentrare, și, în mod cu totul neașteptat, o capacitate redusă de a jongla cu mai multe sarcini cognitive. Cercetări specifice au demonstrat că realizarea temelor de școală este în mare parte degradată, atât în ceea ce privește timpul acordat, cât și în ceea ce privește gradul de exactitate, la elevii de 14 ani care își făceau temele pe fundalul unui televizor deschis."[2]

Cel mai adesea, cei care practică *multitasking*-ul o fac cu scopul de a câștiga timp, sau cel puțin aceasta este impresia lor. Dar este o simplă iluzie. Câștigul de timp pe care contează este nu doar nul, ci și negativ. Motivul este că simultaneitatea sarcinilor este doar aparentă; în realitate, „tot ce creierul știe să facă într-o astfel de situație [mai multe sarcini de realizat simultan] este să treacă de la o activitate la alta în mod secvențial"[3], însă „fiecare tranziție costă erori și timp".[4] Roberto Casati constată și el că: „Tre-

[1] Vom reveni pe larg asupra acestui subiect.

[2] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 120, cu bibliografia științifică aferentă.

[3] Este vorba deci despre așa-numitul *task switching*, care este o formă de *zapping*.

[4] *Op. cit.*, cu bibliografia științifică aferentă.

cerea continuă de la o sarcină la alta comportă pierderi de timp, care, oricât de mici ar fi, sfârşesc prin a se acumula și a eroda timpul consacrat fiecăreia din aceste multiple activități."[1]

MAI PUŢINI TIMPI MORŢI ÎNSEAMNĂ MAI PUŢIN TIMP DE VIAŢĂ

Rapiditatea răspunsului la orice solicitare, cu cea mai mare promptitudine (așteptare-zero) sau oferirea lui exact la timp, care constituie norma noilor media și norma omului conectat, accelerarea sarcinilor și *multitasking*-ul alcătuiesc un mod de viață în care nu mai există timpi morți. Or, în mod paradoxal, suprimarea timpilor morţi înseamnă suprimarea timpului vieţii noastre. Pentru că nu atunci când își împovărează gândirea cu preaplin de activități sufocante trăiește omul plenar și pe deplin. Nici atunci când face totul într-o viteză năucitoare. Nici navigând pe Internet, unde se rupe de realitate și uită de sine. Ci, după cum o vom spune iarăși în cele ce urmează, omul are absolută nevoie de linişte, de singurătate și de repaus nu doar pentru a-și păstra echilibrul fizic și psihic, ci și pentru a se împlini pe deplin. Timpii morți sunt de fapt momentele în care omul se poate îngriji de sine însuși, când poate să-și limpezească gândurile, să reflecteze în mod profund, să contemple, să se roage. Sunt timpii în care el este disponibil pentru cei din jurul lui și într-o adevărată legătură cu ei.

---

[1] *Le Colonialisme numérique*, Albin Michel, Paris, 2013, p. 100.

MAREA ILUZIE A UNUI CÂȘTIG DE TIMP

Tot în legătură cu timpul se manifestă marea iluzie întreținută de societatea noastră, care face din progres o religie și din tehnică, un cult.

Mai mult încă decât progresele realizate în domeniul mașinismului, al transporturilor sau al comunicațiilor de tip clasic, progresul tehnologic a oferit prilejul ca omului să i se inducă ideea că acesta va fi însoțit de o îmbunătățire a calității vieții sale. Și pentru că timpul are în existența umană un rol esențial și contribuie în mod major la calitatea vieții, omului i s-a indus ideea că progresul tehnicii în toate domeniile îi va oferi din plin timp liber pentru a se dedica tuturor lucrurilor care contribuie la fericirea sa.

Dar în realitate s-a produs un lucru cu totul contrar. Trebuie să acceptăm această constatare: cu cât noile media funcționează mai rapid și ne eliberează timpul, cu atât mai mult ducem lipsă de timp. Noile media, mai mult decât oricare alte tehnici, au redus timpul de care dispune omul pentru a-și face viața mai bună la locul de muncă sau în afara lui.

După cum arată analizele precedente, noile media au produs un nou mod de existență și, prin el, un nou tip de om, și anume: omul permanent grăbit, debordat de treburi, care se activează în flux continuu, care face totul în regim de urgență, a cărui activitate și viață sunt lipsite de profunzime, care a pierdut controlul asupra ritmului și organizării existenței sale.

Fenomenul de *burn-out*, pe care îl confirmă tot mai mult acest proces, provine din verbul englez „a arde". *Burn-out* înseamnă a fi „prăjit" din punct de vedere fizic, psihologic și spiritual, a-ți face scrum trupul și sufletul, ceea ce seamănă cu un soi de iad pe pământ.

VI

DISTRUGEREA RELAȚIILOR INTERPERSONALE

„Tot prietenul zice: eu am ținut prietenia cu el; dar el este prieten numai cu numele"
(*Înțelepciunea lui Isus Sirah* 37, 1)

„Când ce este departe se apropie prea mult, ce este aproape se îndepărtează"
(Günther Anders, *L'obsolescence de l'homme*)

LUMEA, UN SAT IMAGINAR

Afirmația lui Marshall McLuhan că mijloacele de comunicare în masă moderne au transformat lumea într-un sat a avut un mare succes, iar expresia „sat planetar" e și astăzi la modă.

Ea ni se pare a fi pertinentă dintr-un anume punct de vedere: după cum am văzut, noile media au abolit distanțele prin capacitatea lor de a-i pune pe oameni în comunicare imediată unii cu alții și de a aduce la cunoștința fiecăruia oricare eveniment din lume, chiar în momentul în care acesta se petrece. Prin urmare, se poate spune, conform expresiei curente, că „lumea e mică". Pentru că informațiile, cuvintele rostite în public și zvonurile circulă

mult și repede, pentru că fiecare face cunoscut tot ce observă – prin fotografii, imagini video și sunete –, știe sau crede că știe, pentru că fiecare se expune până în însăși intimitatea sa, tot așa cum se spune „știe tot satul", se poate spune „știe întreaga lume".

Noile media (Internetul, forumurile de discuție, Facebook, Twitter...) oferă persoanelor aflate la distanță posibilitatea de a se întâlni, de a forma grupuri pe baza afinităților, tot așa cum se adună oamenii la sat sau la oraș, ca să schimbe o vorbă, de parcă ar fi unul lângă altul și apropiați.

Dar – vom avea numeroase ocazii să repetăm lucrul acesta – acestor întâlniri și acestor discuții le lipsesc substanța și bogăția celor reale. Noile media au întemeiat o societate paralelă, în parte reală, în parte virtuală, din care cel mai adesea lipsesc chipurile și trupurile, cu întreaga lor densitate și varietate de nuanțe și sentimente pe care le oferă comunicării. Persoanele sunt în legătură permanentă, dar în același timp fiecare este țintuit în fața ecranului său și despărțit de celelalte persoane în carne și oase, chiar și atunci când se află în imediată apropiere. În acest fel, fiecare om, chiar atunci când comunică cu alții, până la urmă nu poate să simtă altceva decât un sentiment de solitudine, chiar de izolare, pe care încearcă la nesfârșit să-l alunge citindu-și frenetic mesajele, așteptând neliniștit să mai primească unul sau grăbindu-se să mai trimită unul. Aici se vede că satul planetar nu mai e deloc un sat adevărat, pentru că vecinii nu sunt adevărați vecini, apropiații nu sunt apropiați de-adevăratelea, iar prietenii nu sunt deloc prieteni adevărați.

APARIȚIA LUI *HOMO CONNECTICUS* ȘI A LUI *HOMO COMMUNICANS*

Nu este exagerat să spunem că noile media au format, într-un timp scurt, un nou tip de om: *homo connecticus* și *homo communicans*. Desigur, orice om este prin fire „în relație" și „în comunicare"; așa cum a subliniat cu tărie Aristotel acum aproape 2400 de ani, omul este un „animal social", și cum au arătat recent, în două moduri diferite, curentul psihanalitic și curentul personalist, persoana umană nu există și nu se dezvoltă decât „în relație", limbajul având în această relație un rol fundamental.

Dar ființa umană are de asemenea nevoie, pentru a se dezvolta armonios – pe un plan care nu este doar psihologic, ci și spiritual – deopotrivă de singurătate și liniște (două elemente pe care spiritualitatea ortodoxă le pune alături sub numele de *isihie*). Și psihologii știu foarte bine că adesea omul își face noi și noi relații ca să nu rămână singur cu sine însuși și ca să nu fie nevoit să-și asume astfel ceea ce Pascal numește „condiția sa mizeră". Tot Pascal numea „divertisment" activitatea depusă de om pentru a se îndepărta (*divertere* în lb. latină) de sine însuși. Căutarea de legături și comunicare permanentă a omului modern răspunde adesea acestei nevoi de a se uita pe sine însuși, iar atunci ia forma unei dependențe, asemănătoare dependențelor vechi de când lumea, al căror scop fundamental este de asemenea acela de a evada din sine însuși, din realitate.

Noile media au constituit trama unui nou mod de viață care comportă o conexiune permanentă prin intermediul nenumăratelor aparate și aparaturi, utilizatorul lor fiind pentru ele nu numai o prelungire, ci un apendice, nu numai slujitorul, ci chiar robul lor. În această comu-

nicare pe care ele o permit sub diverse forme, persoana nu mai are vreme de răgaz, nu doar pentru că aceste dispozitive trimit în permanență semnale care sunt tot atâtea apeluri, ci pentru că fără această relație mediatică ea se simte nefericită. Conexiunea și comunicarea mediatică au devenit pentru ea într-atât o a doua natură, încât pentru mulți dintre contemporanii noștri este de inimaginat o existență lipsită de ele. A trăi fără televizor, fără calculator, fără tabletă, fără smartphone pentru mulți este ca și cum ai trăi fără să respiri, fără să te hrănești; apar tot mai multe articole în care diverși inși obișnuiți cu o asemenea conexiune și comunicare vorbesc despre timpul petrecut fără aceste aparate ca și cum ar istorisi o faptă de mare eroism. Omului nu-i este de ajuns faptul că este informat printr-un semnal că a primit un mail sau un SMS, ci simte nevoia să-și consulte el însuși în mod frenetic mailurile, chiar dacă acolo nu găsește decât informația „Nu aveți mesaje noi", sau să se uite des pe mobil, ca să constate că rubrica „mesaje" e goală, că n-a primit nici un nou SMS.

Tot așa el simte nevoia de a controla în permanență numărul de *like*-uri primite pe Facebook sau de *followers* pe Twitter, pentru a se asigura că există și are valoare în ochii celorlalți.

După cum notează Philippe Breton, nu numai că „reprezentarea omului ca ființă dedicată cu totul comunicării și supusă tiraniei imaginii (deopotrivă celei care este a sa și celor care-i parvin prin media) a devenit în mod major dominantă"[1], ci și „ciberspațiul" sau „satul planetar" apar ca locuințe firești pentru *homo connecticus* și *homo*

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1999, p. 5.

communicans, iar ceilalți membri ai acestei noi specii se prezintă drept concetățenii, vecinii și „prietenii" săi (noțiuni care, după cum vom vedea, sunt în mare parte inadecvate și iluzorii).

La mijlocul secolului al XX-lea, unii gânditori americani – ca Daniel Bell, Alvin Toffler sau Zbigniew Brzezinski – au prevăzut, odată cu dezvoltarea ciberneticii (strămoș al informaticii), venirea unui al treilea val de civilizație (după cele produse de agricultură și de tehnică), a unei ere noi, plină de promisiuni.

Într-o viziune pur utopică și cvasi-religioasă, unul dintre principalii teoreticieni ai ciberneticii, Norbert Wiener, susținea că, în fața entropiei (principiu de dezorganizare) care, sub influența unei forțe diabolice, amenința cu moartea societățile moderne, singura șansă de salvare pentru umanitate, într-o societate bazată în totalitate pe comunicare, erau informația și schimbul permanent de informații.[1] Wiener crea astfel „noua paradigmă a unui mod de a gândi relația, care închide realul în relațional, și relaționalul în informațional".[2] Confirmând modul de a gândi al lui McLuhan, potrivit căruia mijlocul de transmitere al mesajului este mai important decât mesajul însuși, Wiener a stabilit că scopul mesajului este acela de a circula, iar al omului, acela de a-l face să circule.

În concepția lui Wiener, omul își pierde identitatea în calitate de subiect individual și devine o ființă pur relațională, caracterizată în mod esențial prin capacitatea sa de schimburi sociale, a cărui existență este constituită prin comunicarea pe care o operează și a cărei valoare se măsoară

[1] *Cibernétique et société*, Deux Rives, Paris, 1952.

[2] P. Breton, *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?*, La Découverte, Paris, 1999, p. 5.

prin gradul de complexitate al acestei comunicări. Omul încetează de a mai fi ceea ce Kant considera drept caracteristica unei persoane, și anume un scop în sine, devenind un simplu mijloc și, prin urmare, în cadrul comunicării, un mijloc de comunicare. Modul în care Wiener definește viața apare astfel ca o negare deopotrivă a libertății personale a omului, cât și a interiorității sale, alte două caracteristici esențiale ale persoanei umane: „A fi viu înseamnă a participa la un curent continuu de influențe care vin din lumea exterioară și de acte acționând asupra ei, în care noi nu reprezentăm decât un stadiu intermediar."[1] Altfel spus, omul nu trăiește decât în măsura în care este integrat într-o rețea de comunicare și în măsura în care comunică.

Într-un mod destul de straniu, în viziunea sa despre un om nou și o nouă societate, înfățișate ca idealuri, Wiener adopta poziții antiumaniste, făcându-se apostolul unei umanități fără urmă de interioritate și al unei comunicări importante prin forma sa, iar nu prin conținutul său uman. De altfel, el nu și-a dat seama că această societate, gândită ca una capabilă să se opună entropiei, până la urmă, dimpotrivă, urma s-o provoace prin crearea unei lumi globalizate, în care valorile aveau să devină relative și nediferențiate, în care identitățile, atât personale, cât și culturale ori religioase, aveau să fie spulberate.[2]

Dar, în anumite privințe, viziunea sa despre un om conectat în permanență, dedicat pe de-a-ntregul comunicării, trăind prin ea și extrăgându-și din ea valoarea sa, s-a dovedit până la urmă profetică.

[1] *Cibernétique et société*, Deux Rives, Paris, 1952, p. 173.

[2] S-ar putea obiecta că astăzi, în lume, identitățile tind să se întărească, dar faptul acesta nu este decât o reacție la globalizare.

O COMUNICARE LIPSITĂ DE CONȚINUT, CARE-ȘI ESTE PROPRIA FINALITATE

După cum tocmai am văzut, pentru *homo communicans* comunicarea în sine este mai importantă decât conținutul acesteia. Este important și chiar vital să comunici, nu contează ce și cui. Comunicarea în sine răspunde unei nevoi, nu ceea ce avem de spus, de citit, de auzit ori de privit.

Lucrul acesta este în mod deosebit adevărat în cazul dependențelor: cei care sunt dependenți de televizor se pun în fața lui mai înainte de a ști ce-or să vadă, sau îl lasă să meargă aproape tot timpul, fără să le pese ce program urmăresc; cei care sunt dependenți de Internet „intră pe Internet" fără să știe de mai înainte ce caută, sau se exprimă pe forumuri fără să aibă ceva cu adevărat important de spus; cei dependenți de telefon îl utilizează mai tot timpul pentru a spune banalități sau pur și simplu pentru a fi în contact, ofertele speciale de convorbiri nelimitate în rețea favorizând chiar conexiuni permanente fără alt obiect decât conexiunea însăși.

Nevoia de a fi în permanentă comunicare însă poate fi percepută, independent de aceste extreme, de asemenea în nevoia continuă de a verifica dacă s-au primit noi mailuri sau SMS-uri, de a verifica contul de Facebook sau cel de Twitter, în neliniștea pe care o produce faptul că a trecut ceva timp de când nu s-au mai primit mailuri, sau de-a dreptul panica produsă de un calculator aflat în pană, când nu mai există conexiune la Internet sau nu ne mai găsim mobilul.

Philippe Breton face parte dintre cei care au denunțat în modul cel mai viguros acest atașament al omului modern față de „o comunicare lipsită de conținut care ajunge

să-și fie propria finalitate".[1] Înaintea lui, Jean Baudrillard a înregistrat această „comunicare de dragul comunicării", a cărei „miză nu mai este mesajul, ci faptul că ea pur și simplu comunică ceva", constituind „o lume de socialitate vidă", „care privește necontenit cu aviditate spectacolul propriei sale existențe nesigure".[2]

HIPERCOMUNICAREA, UN MOD DE A SCĂPA DE SINGURĂTATE

Hipercomunicarea omului conectat, prin însuși faptul că pune forma (comunicarea propriu-zisă) mai presus de conținut (natura mesajului transmis), indică îndeajuns de limpede finalitatea sa principală, și anume aceea de a fi un subterfugiu pentru singurătate.

Nu e de mirare că noile media, în calitate de factori de comunicare pe cât se voiește și oricând se voiește, s-au dezvoltat într-o societate ai cărei membri nu mai au atât de multe legături ca în societățile tradiționale, o societate în care generațiile sunt în conflict, în care familiile se destramă, căsătoria e în criză și uniunea familială instabilă, în care tot mai multe persoane, mai ales în orașe, dar și la țară, trăiesc singure, nu doar când ajung la bătrânețe, ci chiar la tinerețe. Este o izolare fizică, dar și psihologică, intensificată de reducerea reperelor și a valorilor comune pe baza cărora, odinioară, ușor se puteau stabili relații profunde. La adolescenți, această izolare este accentuată de neînțelegerile, de conflictul dintre generații, induse de

---

[1] P. BRETON, *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1999, p. 5.

[2] «L'ère de la facticité», în L. SFEZ și G. COUTLÉE (ed.), *Technologies et symboliques de la communication*, Presses Universitaires de Grenoble, 1990, p. 39.

schimbările din societate (atât în privința valorilor, cât și a tehnologiilor), care s-au produs foarte rapid și la care părinții nu s-au adaptat la fel de ușor precum copiii.

În mod paradoxal, hipercomunicarea nu rezolvă problema singurătății, ci într-o anumită măsură o agravează. Pentru că, după cum vom vedea, ea instaurează o relație superficială, care nu atinge acele zone profunde ale personalității, unde se resimte sentimentul de singurătate, și un contact virtual, care nu implică persoanele aflate în relație în deplina realitate a ființei lor.

Tocmai această lipsă de plenitudine a relației, resimțită în planul calității, este cea care duce la înmulțirea relațiilor în planul cantității, extindem relațiile pe plan cantitativ, într-o cursă neînfrânată, care nu ajunge niciodată la capătul ei.

NOILE MIJLOACE DE COMUNICARE, OBSTACOLE ALE COMUNICĂRII

Noile mijloace de comunicare sunt adesea, în mod paradoxal, mijloace de non-comunicare sau de comunicare proastă, de-a dreptul obstacole în calea comunicării.

Se poate constata de la bun început cum caracterul prin definiție scurt al SMS-urilor și al mesajelor de pe Twitter sărăcește conținutul mesajelor, îl lipsește de orice nuanță și de orice subtilitate, ca și de cele mai elementare formule de politețe de introducere și de încheiere.

Putem nota apoi că, atunci când e vorba de comunicări verbale și față către față, cu greu pot fi purtate mai mult decât câteva minute fără să fie întrerupte de soneria mobilului unuia dintre interlocutori. Iar în acest caz, mai întotdeauna, nu se ignoră apelul, pentru a da de înțeles

apelantului că nu suntem disponibili în acel moment și că trebuie să revină mai târziu, ci dimpotrivă, i se acordă prioritate, abandonând persoana cu care vorbim și întrerupând o dată mai mult cursul conversației, care devine astfel fragmentată, scindată, dezlânată.

Aceeași problemă apare de asemenea atunci când, acasă sau la muncă, există două telefoane (lucru obișnuit chiar și pentru persoanele particulare, care au adesea și un telefon, și un mobil). În mod frecvent se întâmplă ca discuția cu o persoană să fie brusc întreruptă printr-un rapid „Scuzați-mă, trebuie să închid, mă sună cineva!". Cel astfel expediat are impresia că e mai puțin important decât cel căruia i se răspunde pe dată, când de fapt interlocutorul său răspunde la celălalt apel, gândind că s-ar putea să fie vorba de ceva urgent și mai important, ceea ce se întâmplă foarte rar.

RESTRÂNGEREA VIEȚII COMUNITARE

Noile media sunt în același timp rezultatul și sursa unei restrângeri a vieții comunitare.

De o anumită manieră, dezvoltarea telefoniei mobile este legată de o restrângere a vieții comunitare. După cum observă un eseist contemporan, „avem nevoie de o mediere electronică pentru a comunica, ca să ne adaptăm la o lume care ne atomizează pe fiecare dintre noi și ne fragmentează viața".[1] Este un mijloc de recreare de legături într-o societate în care legăturile dintre persoane au slăbit, fiindcă viața comunitară a sărăcit sau a dispărut, nu doar în orașe, ci chiar și în sate, și mai ales fiindcă în societățile

[1] Pièces et main d'œuvre, *Le Téléphone portable, gadget de destruction massive*, L'Échappée, Montreuil, 2008, p. 46.

occidentale moderne coeziunea vieții de familie a fost slăbită de faptul că bunicii nu mai trăiesc împreună cu copiii și nepoții lor, de criza prin care trece instituția căsătoriei, de înmulțirea familiilor monoparentale sau a persoanelor care trăiesc singure.

Dar, în același timp și cu mult mai mult, noile media provoacă o restrângere a vieții comunitare chiar acolo unde ea ar putea exista. Ele sunt responsabile de scindarea vieții conjugale și familiale și de asemenea, în parte, a altor forme de viață comunitară.

Când radioul și-a făcut apariția în casele oamenilor, el a luat adeseori locul conversațiilor purtate de membrii familiei în timpul meselor. Cu aceeași funcție uzurpatoare, în urma lui, a venit televizorul, mai ales în casele în care masa se ia în timpul jurnalului de știri, urmărit cu o atenție de-a dreptul religioasă, situație frecventă, potrivit studiilor efectuate.[1] În afară de aceasta, emisiunile pentru copii și emisiunile pentru adulți îi separă pe unii de alții în fiecare zi, pentru multe ore, iar emisiunile urmărite în comun reduc aproape la zero conversațiile sau schimbul de idei, pentru că atenția pe care fiecare o acordă celor ce se petrec pe ecran duce la neatenție față de celălalt și la reducerea comunicării interpersonale. În multe case în care există câte un televizor în fiecare cameră, izolarea este și fizică, nu doar verbală.

Navigarea pe Internet a avut ulterior același efect. În multe familii, soțul sau soția ajung să se plângă că, în atenția și inima celuilalt, locul lor a fost luat de calculator.

Jocurile video, prin concentrarea și continuitatea pe care le impun, produc pe durate lungi stări de adevărat

[1] Mai mult de o familie din două ia prânzul cu ochii la televizor, iar când e vorba de cină, două din trei...

autism, când persoana devine surdă și oarbă la tot ce este în jurul ei.

Jocurile mai puțin solicitante, pe Internet sau pe smartphone, au devenit și ele factori de izolare, și frecvent pot fi văzuți soți care stau unul lângă altul fără să se privească sau să-și vorbească, văzându-și fiecare de jocul pe tableta sau pe mobilul său.

Telefoanele mobile în calitate de vectori de mailuri, de SMS-uri sau de comunicări vocale, au același efect de disociere a cuplurilor, a familiilor și a grupurilor, după cum oricine poate observa adesea. Deja, în timpul recreației, elevii nu mai au activități colective, ci se înșiră de-a lungul zidului școlii pentru a-și verifica mobilul. Reuniunile de orice fel, mesele între prieteni și chiar slujbele religioase nu sunt ferite de această practică.

Toată lumea comunică tot timpul cu multă lume, dar nu și cu aproapele, în sensul fizic al termenului.

Pe bună dreptate, Philippe Breton subliniază că ne aflăm într-o „societate în care oamenii comunică mult și se întâlnesc puțin"[1].

Se poate chiar constata că „ceea ce era menit să-i apropie pe oameni lasă impresia difuză că îi separă încă și mai mult"[2], nu doar pentru că fiecare se izolează de cei apropiați pentru a desfășura activități mediatice, ci și pentru că, atunci când este în mod fizic alături de ceilalți, solicitarea mediatică la care răspunde cu prioritate îl separă în mod psihologic de ei, sau întrerupe frecvent legătura cu ei, așa încât el se află alături de ei fără să fie într-adevăr cu ei, adică cu adevărat prezent și deschis către persoana lor.

---

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1999, pp. 12, 160.

[2] *Ibid.*, p. 8.

occidentale moderne coeziunea vieții de familie a fost slăbită de faptul că bunicii nu mai trăiesc împreună cu copiii și nepoții lor, de criza prin care trece instituția căsătoriei, de înmulțirea familiilor monoparentale sau a persoanelor care trăiesc singure.

Dar, în același timp și cu mult mai mult, noile media provoacă o restrângere a vieții comunitare chiar acolo unde ea ar putea exista. Ele sunt responsabile de scindarea vieții conjugale și familiale și de asemenea, în parte, a altor forme de viață comunitară.

Când radioul și-a făcut apariția în casele oamenilor, el a luat adeseori locul conversațiilor purtate de membrii familiei în timpul meselor. Cu aceeași funcție uzurpatoare, în urma lui, a venit televizorul, mai ales în casele în care masa se ia în timpul jurnalului de știri, urmărit cu o atenție de-a dreptul religioasă, situație frecventă, potrivit studiilor efectuate.[1] În afară de aceasta, emisiunile pentru copii și emisiunile pentru adulți îi separă pe unii de alții în fiecare zi, pentru multe ore, iar emisiunile urmărite în comun reduc aproape la zero conversațiile sau schimbul de idei, pentru că atenția pe care fiecare o acordă celor ce se petrec pe ecran duce la neatenție față de celălalt și la reducerea comunicării interpersonale. În multe case în care există câte un televizor în fiecare cameră, izolarea este și fizică, nu doar verbală.

Navigarea pe Internet a avut ulterior același efect. În multe familii, soțul sau soția ajung să se plângă că, în atenția și inima celuilalt, locul lor a fost luat de calculator.

Jocurile video, prin concentrarea și continuitatea pe care le impun, produc pe durate lungi stări de adevărat

---

[1] Mai mult de o familie din două ia prânzul cu ochii la televizor, iar când e vorba de cină, două din trei...

autism, când persoana devine surdă și oarbă la tot ce este în jurul ei.

Jocurile mai puțin solicitante, pe Internet sau pe smartphone, au devenit și ele factori de izolare, și frecvent pot fi văzuți soți care stau unul lângă altul fără să se privească sau să-și vorbească, văzându-și fiecare de jocul pe tableta sau pe mobilul său.

Telefoanele mobile în calitate de vectori de mailuri, de SMS-uri sau de comunicări vocale, au același efect de disociere a cuplurilor, a familiilor și a grupurilor, după cum oricine poate observa adesea. Deja, în timpul recreației, elevii nu mai au activități colective, ci se înșiră de-a lungul zidului școlii pentru a-și verifica mobilul. Reuniunile de orice fel, mesele între prieteni și chiar slujbele religioase nu sunt ferite de această practică.

Toată lumea comunică tot timpul cu multă lume, dar nu și cu aproapele, în sensul fizic al termenului.

Pe bună dreptate, Philippe Breton subliniază că ne aflăm într-o „societate în care oamenii comunică mult și se întâlnesc puțin"[1].

Se poate chiar constata că „ceea ce era menit să-i apropie pe oameni lasă impresia difuză că îi separă încă și mai mult"[2], nu doar pentru că fiecare se izolează de cei apropiați pentru a desfășura activități mediatice, ci și pentru că, atunci când este în mod fizic alături de ceilalți, solicitarea mediatică la care răspunde cu prioritate îl separă în mod psihologic de ei, sau întrerupe frecvent legătura cu ei, așa încât el se află alături de ei fără să fie într-adevăr cu ei, adică cu adevărat prezent și deschis către persoana lor.

---

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1999, pp. 12, 160.

[2] *Ibid.*, p. 8.

În mod paradoxal, posibilitatea oferită persoanei de noile media de a lua legătura sau de a se lua legătura cu ea în orice moment, crearea de rețele de socializare care permit o punere în legătură instantanee și permanentă a fiecărui membru cu zeci, sute sau chiar mii de alți membri, deveniți „prietenii" lui, înmulțirea contactelor și a mesajelor, și așadar hiperconectarea și hipercomunicarea instituite prin toate aceste modalități s-au manifestat în final printr-o reducere și o sărăcire a comunicării dintre persoanele aflate în mod real în contact în mediul lor concret, și chiar au reușit în multe cazuri să izoleze individul mai mult decât oricând.

Într-un anume sens, abstractizarea mediului concret și starea de absență față de celelalte persoane prezente sunt mai mult impuse decât voite de omul supus solicitărilor sau tentațiilor la conectare, la care nici măcar nu se gândește să reziste, ci, dimpotrivă, cedează bucuros, ca și cum relația virtuală care i se propune ar fi mai promițătoare decât relația reală pe care o poate stabili în același moment. Dar într-un alt sens tendința omului modern de a se izola de ambianța reală prin folosirea mijloacelor de comunicare în masă dovedește dificultatea lui de a trăi în mod concret cu ceilalți – ceea ce explică de asemenea criza prin care trece căsătoria (ca făgăduință a unei uniri pe viață) și chiar a cuplului (ca viață trăită împreună) –, adică de a consimți necesarele sacrificii pe care le implică orice fel de viață comunitară care ține de proximitate. Lucrul acesta trebuie situat în contextul unei societăți hedoniste, care face din dorințele și plăcerile individuale valori absolute.

Pentru că nu poate coabita în mod real cu ceilalți, *homo connecticus* își creează propria sa lume, virtuală, în care

se închide, aflându-și în ea plăcerea, fiindcă este o lume croită pe măsura lui, ferită de constrângerile din lumea reală și de exigențele impuse de relațiile cu ceilalți, o lume în care domnește ca stăpân al ei.

Philippe Breton observă că: „Prețul aparentei ușurințe a comunicării mediatice [este] dezvoltarea inaptitudinii pentru confruntarea directă. [...] În acest univers în care totul este Internet, individul este mânat să dispună de propriul său teritoriu geografic de evoluție, în sânul căruia nu mai trebuie să negocieze ceva cu un altul. Fiecare devine într-un anume fel suveran în propriul teritoriu și nu mai are nici un interes să se mute pe teritoriul altuia."[1]

Noua comunitate constituită de noile media se dovedește a fi mai puțin acel „sat planetar" anticipat de McLuhan, cât un univers în care fiecare își este propria lume.

DESCĂRNAREA RELAȚIILOR

Într-o mare măsură, relațiile virtuale, prin intermediul acestor media digitale, au luat locul relațiilor reale.

Se poate obiecta că „virtual" nu este sinonim cu „ireal" și că relațiile virtuale există cu adevărat. Ele există, desigur, dar cu o realitate diminuată.

În relația mediatică virtuală, persoana nu este prezentă în deplina sa realitate, ci doar cu vocea, cu scrisul și eventual cu imaginea sa.

Ceea ce este frapant în relațiile stabilite prin majoritatea mijloacelor de comunicare digitale este absența trupurilor, de unde caracterul lor descărnat.

---

[1] *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?*, La Découverte, Paris, 1999, p. 104.

Autorul de povestiri științifico-fantastice Isaac Asimov, în romanul său *Soarele gol*[1], descrie într-o manieră premonitorie o asemenea lume mediatizată – cu însușirile duse la extrem –, în care trupurile sunt inactive, invizibile și inutile...

În comunicațiile în care corpul este exclus, chiar și sub formă de imagine, lucrul acesta li se pare unora că avantajează și înlesnește relația. Omul este mai puțin inhibat într-un contact telefonic decât în contactul cu o persoană pe care o are în față, în carne și oase, și încă și mai puțin inhibat când e vorba de un contact pe un forum de discuții. Media digitale sunt câteodată elogiate pentru faptul că facilitează contactele pentru persoanele timide, inhibate sau nevrotice, și sunt chiar prezentate drept instrumente terapeutice care permit socializarea sau resocializarea. Dar lucrul acesta este numai în parte adevărat.

Problema de fond legată de dificultățile relaționale nu este rezolvată de această nouă formă de comunicare. Căutarea acestor forme noi de comunicare care nu implică prezența trupului este adeseori legată de frica de celălalt, de fuga de o confruntare cu el și de evitarea unui contact față către față, de asumarea riscurilor pe care le implică dezvăluirea identității personale. Ele mai degrabă întăresc nevroza decât o tratează.

---

[1] În volumul *Le Grand livre des robots*, I, *Prélude à Tantor*, Presses de la Cité, 1990. Ediția originală: *The Naked Sun*, Doubleday, New York, 1957. Acțiunea se petrece pe planeta Solaria. Populația este în număr mic, ceea ce permite ca fiecare locuitor să posede domenii imense. Pentru că locuitorii sunt foarte departe unii de alții și pentru că s-au obișnuit să trăiască singuri și le este teamă de întâlniri concrete, contactele fizice între ei sunt aproape inexistente, iar relațiile se stabilesc printr-un sistem de comunicare holografică, o prefigurare a sistemelor noastre de comunicare virtuală.

Pe deasupra, această aparentă socializare se situează într-o lume paralelă cu cea reală, în absența trupurilor care oferă unei relații caracterul deplin, cu adevărat real și totodată autentic.

Trupul este cel care contribuie de fapt la adevărul comunicării, căci ușor înșală cuvintele când nu avem în fața noastră persoana care le rostește, în carne și oase. Trupul îmbogățește comunicarea prin atitudinile, gesturile și expresiile sale, care completează cu puternica lor semnificație înțelesurile cuvintelor și chiar le întrec – pentru că pot să le arate ca adevărate sau, dimpotrivă, ca fățarnice și false. Trupul aduce vorbirii căldura simțirii, prin tonul folosit, o dinamizează, prin ritmul folosit. Privirea mai cu seamă poate să dea la iveală lăuntrul inimii. Așa încât, descărnarea cuvântului însăși contribuie la descărnarea relațiilor produsă de noile media.

SĂRĂCIREA CALITATIVĂ A COMUNICAȚIILOR INTERPERSONALE

Noile media nu au desființat relațiile dintre oameni, dar, chiar înmulțindu-le, le-au sărăcit calitatea.

De vreme ce putem contacta pe cineva prin SMS sau mail, ce rost mai are să ne întâlnim cu el față către față? Și comunicarea prin noile media este limpede că va fi mai săracă.

Mai întâi, pentru că ea se face fără ca interlocutorul să fie de față, așadar nu beneficiază de forța prezenței sale, de încărcătura afectivă a unei comunicări reale și de îmbogățirea pe care o produc elementele metalingvistice (expresia, privirea, tonul folosit, gesturile, mimica...) amintite anterior.

În al doilea rând, pentru că forma dialogului va fi mai simplă și conținutul mai scurt, după cum se poate constata din mailuri, SMS-uri, mesaje de pe Twitter, care ocupă azi o mare parte a comunicării.

În al treilea rând, pentru că aceste diferite forme de comunicare reduc la extrem și chiar elimină formulele de politețe și celelalte forme de amabilitate, de introducere și de încheiere, pe care le impunea modul de a coresponda folosit odinioară; ele aveau, desigur, un caracter formal, dar datorită lor legătura se stabilea și se menținea dincolo de conținutul strict utilitar al mesajului central.

Acest lucru este deosebit de vizibil în SMS-uri și în mesajele de pe Twitter, dar el se manifestă și în mailuri, cu toate că acestea se pretează la mesaje mai ample și folosesc forme lingvistice normale.

Mailul, iute trimis și iute primit, se integrează într-un context global al comunicării rapide, chiar atunci când el însuși nu are un caracter de urgență. Cel care redactează mesajul inițial sau răspunsul la el, adesea prins în această comprimare și accelerare a timpului, se simte obligat să fie scurt, fie că întreabă ceva, fie că răspunde la ceva. Lucrul acesta se transpune într-o pierdere progresivă pe mai multe planuri:

1) mesajul în sine este mai puțin amplu și mai puțin nuanțat decât dacă ar avea forma unei scrisori normale;

2) redus adesea la esențial, adică la scopul urmărit, el capătă forma autoritară sau chiar cominatorie a unui ordin, lăsând deoparte politețea și respectul datorate celui cu care se corespondează;

3) formulele de politețe, de introducere și de încheiere sunt mai scurte – în mod frecvent reduse la scurte formu-

le cu caracter formal – și uneori absente; formulele de introducere și de încheiere din corespondența clasică aveau și ele un caracter formal, fiind puternic codificate, dar ele se desfășurau pe o paletă vastă și permiteau exprimarea fin nuanțată a sentimentelor și a respectului, care vădea treapta pe care erau plasați corespondenții în ierarhia socială, gradul de familiaritate, de apropiere sau de distanță dintre ei;

4) mesajul capătă un caracter efemer (înrudindu-se mai mult cu vorba care zboară decât cu scrisul care rămâne), iar grija aproape exclusivă referitor la conținut a celui care îl trimite îl face pe corespondent să neglijeze într-atât forma, încât, în comparație cu stilul scrisorilor, stilul mailurilor se arată în general foarte sărac, nu doar în plan literar, ci și în plan uman, adesea foarte strâns legat de el.[1]

UN NOU INDIVIDUALISM

Izolarea omului modern de cei care sunt în mod real și concret în preajma sa, prin preferința sa pentru contactele virtuale, este – prin aspectul ei voluntar – asimilabilă unei noi forme de individualism, perfect integrată în tendința generală către individualism a societăților liberale moderne.[2] Philippe Breton constată un dublu paradox: pe de o parte faptul că „universalizarea planetară a gusturilor, normelor și comportamentelor, construirea unui spațiu public universal" sunt însoțite de „o închidere în sine a individului"; pe de altă parte, faptul că „omul modern [...]

[1] A se vedea J.-Cl. MONOD, *Écrire à l'heure du tout message*, Flammarion, Paris, 2015, p. 66 și *passim*.

[2] Cf. P. BRETON, *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1999, pp. 12, 153, 159.

în același timp se dedă căutării nesățioase a unui contact virtual și lipsit de realitate și refuză, chiar cu dezgust, orice contact real cu celălalt".[1]

UN AUTISM GENERALIZAT

Autismul nu este caracterizat doar printr-o închidere în sine, ci și prin ceea ce explică această închidere în sine, și anume teama vecină cu panica de întâlnirea concretă cu celălalt. La omul conectat, putem vorbi de un dublu autism.

Primul îl instituie, pe de o parte, separarea de celălalt, izolarea și închiderea în sine pe care le implică folosirea noilor media, iar pe de altă parte, dificultatea de a merge cu curaj în întâmpinarea lor, de a se afla, adică, în însăși prezența lor, în deplina lor realitate trupească, și de a stabili cu ei o legătură față către față; aceasta pentru că noile media, după cum am văzut, stabilesc o stare de distanțare chiar în momentul în care par că desființează distanțele.

Al doilea îl instituie faptul că omul modern se folosește de comunicare mai puțin ca de un mijloc de a se îndrepta către ceilalți, și mai mult ca de un mijloc de a se îndrepta către sine folosindu-se de ceilalți. Pentru mulți, Facebook nu este decât un mijloc de măsurare, prin numărul de *like*-uri primite, a stimei pe care o au față de ei ceilalți, iar Twitter, un instrument de evaluare a numărului de *followers*. Ele sunt de asemenea mijloace de a te expune și a te pune în valoare în ochii celorlalți. Noile media nu sunt adesea decât oglinzi ale propriului eu.

Este de asemenea interesant să notăm că forumurile de discuții adeseori sunt mai puțin cu adevărat mijloace de a

[1] *Ibid.*, p. 153.

purta discuții, cât un mijloc de a-ți pune în valoare propriile idei sau chiar simpla prezență (multe intervenții nu sunt decât replici sau pur și simplu vorbărie goală). Astfel, Michel Béra și Éric Mechoulan constată că: „Departe de a conduce către atenția față de celălalt, departe de a deprinde cu ascultarea celuilalt, grupul de discuții în rețea, fiind un grup «virtual», permite ceea ce realitatea interzice: să vorbească toți în același timp fără să acorde vreo atenție vorbelor celuilalt și fără ca cineva să fie nevoit să-și încheie cuvântul."[1]

RELAȚII VIRTUALE ȘI RELAȚII REALE

Noile media au înlocuit treptat relațiile reale cu relații virtuale. După cum am notat deja, relațiile virtuale nu sunt complet ireale. Ele au cel puțin o realitate digitală, sub formă de texte, de imagini, de cuvinte sau de sunete.

Dar ca urmare a faptului că relația cu celălalt nu este directă – adică față către față, implicând deplina realitate concretă și deplina prezență a persoanelor aflate în relație –, ci mediatizată, ea nu numai că este imperfectă, incompletă în ceea ce privește realitatea ei. Există și o întreagă distanță între realitate și reprezentarea ei.

La aceasta se adaugă faptul că ea poate fi trunchiată.

Reprezentarea poate fi manipulată de emițător și chiar de media însăși.

Am vorbit deja despre problema manipulărilor realizate de televiziune în legătură cu difuzarea informațiilor sau cu emisiunile tot mai numeroase de tip *reality show*, care pretind a fi o pură reflectare a realității filmate în stare bru-

[1] *La Machine Internet*, Éditions Odile Jacob, Paris, 1999, p. 154.

tă, dar care, de fapt, se supun unor scenarii concepute în prealabil sau potrivite ulterior într-un mod convenabil.

Forumurile de discuții activează mai degrabă personaje decât persoane, care se exprimă în majoritatea cazurilor sub unul sau mai multe pseudonime și adesea interpretează un rol. Acolo, ca și pe Facebook, cei care intervin evită să se prezinte sub adevăratul lor chip și caută înainte de toate să ofere celorlalți o imagine de sine care-i avantajează, adică exagerat de bună, prin care defectele sunt mascate, iar calitățile, reale sau închipuite, sunt amplificate.

FALȘII PRIETENI DE PE FACEBOOK

O formă particulară de virtualitate este cea a „prietenilor" de pe Facebook. Termenul trebuie pus între ghilimele din două motive.

Cel dintâi este acela că el e folosit cu bună știință, în mod ingenios, de cei care au conceput rețeaua, pentru a da impresia că el permite stabilirea de reale relații de prietenie, de veritabile comunități sau rețele de prieteni. Un argument care nu poate să nu atragă membri într-o societate în care comunitățile firești se dezagreghează, în care tot mai multe persoane au parte de izolare și de singurătate, și în care rețelele de socializare par să fie o soluție alternativă.

Al doilea motiv este faptul că noțiunea de prieten și de prietenie este pe Facebook cu totul demonetizată.

Știm doar de câtă vreme și de câtă temeinicie este nevoie pentru statornicirea unei adevărate prietenii; știm doar câtă rigoare și migală cer îngrijirea și dăinuirea ei. După cuvântul lui Isus Sirah (6, 7): „Dacă vrei să-ți faci un prieten, fă-l punându-l la încercare și nu te grăbi să te

încrezi în el." Prietenia adevărată este un chip al iubirii întemeiate pe profunda cunoaștere reciprocă, pe potrivirea nu doar de gusturi, ci și de idei, pe aptitudinea de ascultare și întrajutorare reciprocă; și toate acestea nu pot fi nici întemeiate, nici experiate în relațiile mediatizate, mai întotdeauna grăbite și superficiale.

Pe Facebook, este de ajuns un clic pentru a-i spune cuiva că ne place de el sau că îl socotim prietenul nostru. Ce preț se poate pune pe aceste declarații care nu sunt câtuși de puțin probate?

Nevoia fiecăruia de a fi iubit, de a fi plăcut, *homo connecticus* caută să și-o împlinească printr-o colecție de *like*-uri, de *friends* sau de *followers*. Numărul acestora, pe care îl verifică necontenit, este pentru el o măsură nu doar a cotei sale de popularitate, ci și a importanței și a valorii pe care crede că o are în ochii celorlalți. Până la urmă, numărul acesta se poate obține în mod artificial – ca în cazul vedetelor de cinema sau al cântăreților, care recurg la clubul lor de fani sau la oficinele comerciale pentru a-și mări numărul de *like*-uri pe Facebook, numărul de *followers* pe Twitter, numărul de vizualizări pe YouTube... Și atunci, ce însemnătate are în fond toată această cantitate, când adevărata măsură a unei prietenii sau a unei aprecieri este calitatea ei?

Fenomenul este bine cunoscut de multe persoane care au sute sau chiar mii de „prieteni" pe Facebook, și nici un prieten adevărat în viața lor...

SPAȚIILE DE DISCUȚIE ȘI PROBLEMA PSEUDONIMELOR

Internetul a creat, chiar de la începuturile sale, site-uri dedicate în mod exclusiv discuțiilor, în direct sau nu (forumuri, *chat rooms*), sau oferind, într-un plan secund, loc pentru discuții (zonă de comentarii ale articolelor postate pe bloguri).

Discuțiile, prin aportul divers și complementar al fiecărui internaut, pot fi o sursă de îmbogățire personală pentru participanți și pentru cititori. Ele cumulează în mod treptat diferite puncte de vedere, diferite cunoștințe; oferă posibilitatea de a vedea cum un subiect poate fi tratat din diferite unghiuri și sub noi aspecte, de a-l cunoaște în profunzime și, în final, ele pot constitui un adevărat dosar al chestiunii în cauză. În acest caz se poate stabili un fel de întrajutorare: cei mai știutori, mai experimentați sau care înțeleg mai bine problema pot să-i ajute pe începători, care caută rezolvări, au mai puține cunoștințe sau mai puțină experiență. Uneori idei eronate pot fi îndreptate prin acest schimb de opinii. Persoane izolate se pot simți legate și unite între ele printr-o credință, prin idei sau puncte de vedere comune, iar forumul devine astfel un factor suplimentar de relație și de unitate.

Și totuși, pe lângă aceste aspecte pozitive, sau în legătură cu ele, spațiile de discuții prezintă aproape inevitabil aspecte negative și pun celor care le gestionează, sau cititorilor, o serie de probleme, legate în principal de folosirea pseudonimelor (*nickname*) de către cei care iau parte la ele.

1. O problemă, care a fost deja semnalată cu privire la Wikipedia și alte spații bazate pe contribuții multiple,

privește nivelul de competență și de autoritate al participanților. În foarte rare cazuri cei care iau parte la discuțiile purtate pe forumuri sau bloguri sunt persoane cu o competență recunoscută în această diversitate a domeniilor abordate. Pentru că astfel de persoane au de fapt la îndemână alte mijloace de exprimare și, cel mai adesea, se țin departe de discuțiile purtate pe forumuri sau bloguri, care sunt cronofage, iar ocupațiile acestor persoane nu le oferă decât foarte puțin timp liber. Este de altfel neplăcut pentru cei cu autoritate într-un domeniu sau altul să-și vadă atacate propriile afirmații, contestate sau contrazise cu superficialitate de inși mai puțin autorizați sau competenți decât ei, dar care se exprimă totuși cu mare îndrăzneală și fără nici o reținere, datorită faptului că se ascund în spatele unor pseudonime.

Anonimatul permite oricui să-și exprime punctul de vedere în orice domeniu, chiar dacă nu are nici o competență și nici o autoritate recunoscute. În multe spații de discuții se văd adeseori comentatori care se exprimă ca să se afle în treabă, fără să aibă nimic de spus.

Între participanții la discuție se stabilește în mod spontan o ierarhie care nu ține de cunoaștere și de competență, ci una formală și înșelătoare, legată de aplombul sau de modul în care se exprimă fiecare, ori de cantitatea cunoștințelor sale într-un anumit domeniu. Dar, în ceea ce privește fondul, cel mai adesea acesta este de slabă calitate, din cauza necunoașterii depline a domeniului discutat, în ansamblul său, a lipsei de discernământ sau a proastei înțelegeri a lucrurilor. Se constată foarte des o lipsă de rigoare și de precizie în prezentarea cunoștințelor și a ideilor. În tratarea subiectelor se observă în mod global un același ni-

vel scăzut. Se poate obiecta că folosirea pseudonimelor nu poate fi incriminată în această privință și că tot așa ar sta lucrurile și atunci când cei care participă la discuție și-ar face cunoscut numele. Totuși putem considera că utilizarea pseudonimelor agravează situația, pentru că astfel se evită riscul de a fi privit în mod personal ca incompetent și elimină orice reținere sau măsură în luările de poziție.

2. O altă problemă, legată de cea anterioară, este cea a relativizării subiectelor tratate. În forumuri, întotdeauna apare o intervenție care contrazice cele spuse, oricare ar fi nivelul de autoritate și de pertinență al acestora. Chiar atunci când cineva face afirmații pline de adevăr, de bun simț, bazate pe argumente, este aproape inevitabil ca altcineva să vină imediat să le contrazică, să le deformeze, să le modifice; folosirea unui pseudonim favorizează și în acest caz, ca și în altele, superficialitatea și iresponsabilitatea.

Discuția sfârșește aproape întotdeauna prin slăbirea autorității participanților care o au, prin relativizarea subiectelor tratate, lăsând în final o impresie de imprecizie și incertitudine.

Până la urmă, ne putem întreba la ce bun toată această discuție. Administratorul unui blog francofon foarte frecventat, care a fost multă vreme deschis pentru discuții, mărturisea recent: „Personal, nu particip la forumuri, pentru că sunt lipsite de orice rost."

3. O a treia problemă o constituie faptul că folosirea pseudonimelor favorizează lipsa de respect, criticile și insultele adresate celorlalți participanți. Pot fi constatate frecvent intervenții extrem de violente, pe care moderatorii nu le filtrează, din grija, în cel mai bun caz, de a nu opera o acțiune de cenzură sau de a nu-i supăra pe cei ca-

re intervin, tăindu-le cuvintele, iar, în cel mai rău caz, din dorința de a face cât mai animat forumul sau blogul lor.

Scriind sub un pseudonim, comentatorul are un soi de dublă personalitate, care îl face să nu simtă în conștiința sa că, din punct de vedere moral, el nu are o purtare frumoasă față de celălalt. Dacă participanții ar scrie folosindu-și adevăratul nume, nu și-ar permite o asemenea libertate și astfel de cuvinte.

În general, se poate spune că folosirea pseudonimelor favorizează orice exagerare, orice exces, orice dezmăț, orice lipsă de măsură, pentru că, folosind un pseudonim, intervenientul scapă, personal, de limitele impuse de viața normală în societate, de regulile bunei cuviințe; nu mai trebuie să țină cont de felul cum va fi perceput, privit și judecat, ca persoană, de ceilalți.

Spațiul de discuții în care persoanele se exprimă sub pseudonime este ca un fel de stat de o natură copilăroasă, unde nu mai există limitele impuse de societate, stăpânire de sine, reținere în gândire și în limbaj... Mai mult decât o curte de școală, unde, în recreație, copiii își vorbesc urât și se bat fără rușine, spațiul de discuții este adesea un teren de dezlănțuire a tuturor patimilor.

4. O a patra problemă o constituie faptul că folosirea pseudonimelor permite multe falsificări și înșelătorii.

În mod frecvent participanții folosesc mai multe pseudonime, nu doar în diferite forumuri, ci chiar în unul și același forum. Într-o aceeași discuție, lucrul acesta poate să corespundă cu dorința de a da unei idei o greutate de natură cantitativă (adică să dea impresia că e susținută de mai multe persoane). Ea poate să servească, de asemenea, pentru exprimarea unei idei în mai multe registre de lim-

baj diferit (o formă reținută, o formă laxă și o formă intermediară). Uneori acest lucru exprimă diferite fațete ale personalității comentatorului. Poate fi folosit de asemenea pentru animarea discuției și pentru orientarea ei într-o altă direcție. De altfel, acesta este scopul faptului că administratorii sau moderatorii spațiului de discuție folosesc și ei uneori unul sau mai multe pseudonime.

Toate acestea creează nu doar poziții schizofrenice sau ambivalente, ci constituie cu adevărat o înșelăciune pentru cititori sau pentru ceilalți participanți, care, în mod naiv, cred că diferitele pseudonime sunt într-adevăr pseudonime ale unor interlocutori diferiți.

5. Aceste realități aduc în discuție fenomenul de *trolling*, binecunoscut în spațiile de discuții. Un *troll*, în vocabularul de Internet, desemnează o persoană care participă la o discuție sau o dezbatere fie cu scopul de a se pune în mod artificial în valoare (și atunci vorbim de un „*troll* benign"), fie cu scopul de a suscita sau a alimenta în mod artificial o polemică, și în general de a perturba echilibrul comunității respective (vorbim în acest caz de un „*troll* malign").

Cuvântul *troll* are două posibile origini etimologice, amândouă semnificative: un *troll* este, pe de o parte, o creatură monstruoasă, răuvoitoare și agresivă din mitologia scandinavă; pe de altă parte, este o lingură folosită drept momeală la pescuit.

Troll-ii folosesc bineînțeles unul sau mai multe pseudonime; în acest ultim caz, un *troll* poate, într-un moment al discuției, să discute cu el însuși, ca s-o însuflețească sau să o orienteze într-un anume fel.

Când e vorba de *trolling*, comentatorul se arată ostil față de orientarea generală a discuției și caută s-o modifice

din interior sau să o degenereze în așa fel încât să devină de nesuportat și în cele din urmă să se încheie. Cel care se folosește de aceste două practici este așadar un marginal, unul care nu ia parte la relativul consens al grupului, care aparține altui grup sau unei alte tendințe, dar care se deghizează și folosește felurite stratageme pentru a nu fi reperat: o falsă naivitate, pseudonime diverse, care indică identități diferite referitor la etnie, sex sau vârstă ș.a.m.d.

Avem de-a face aici cu un fenomen care ține de minciună și înșelătorie, adesea cu o latură perversă, mai ales în felul în care orchestrează conflicte de o anumită natură sau o zâzanie generală, pur și simplu pentru că lucrul acesta îi face plăcere. Îndărătul *trolling*-ului există de multe ori de asemenea mult orgoliu sau multă vanitate: *troll*-ul caută să-și probeze puterea de a orienta discuția în direcția dorită de el sau de a-i mâna pe ceilalți să reacționeze într-un fel sau altul; el caută și „să înscrie puncte" în acest joc cu ceilalți, pe care-i consideră simple personaje dintr-un scenariu, și cărora, așadar, nu le acordă respectul cuvenit unor persoane; uneori, într-un mod mai banal, el caută pur și simplu să se pună pe sine în valoare, făcând pe interesantul, când de fapt nu are nimic de spus.

6. Folosirea pseudonimelor duce la depersonalizarea și lipsirea de realitate a interlocutorilor, care favorizează o manevrare reciprocă – și de asemenea o manevrare a propriei persoane –, ca și când ar fi vorba de niște obiecte. Michel Béra și Eric Mechoulan notează în această privință: „Evidența ne silește să constatăm că este mai ușor să faci din celălalt un obiect care poate fi folosit în orice fel, atunci când el este lipsit de materialitate, și cu atât mai mult când nu i se vede chipul: cel cu care dialoghez nu es-

te poate decât o umbră, în orice caz este mai puțin decât un om. Grupul de discuții îmi permite să-mi etalez propria mască, dar lucrul acesta nu presupune să mă interesez de masca celorlalți, și cu atât mai puțin de ce/cine se ascunde în spatele ei. Nu întâmplător sexul a avut atâta succes *on line*, de vreme ce activitatea sexuală permite în cel mai mare grad să te servești de celălalt ca de un obiect de satisfacere a dorințelor. Când își arată fața, omenescul celuilalt se mai impune cumva; dar când aceasta dispare, nu mai e nimic care să deosebească acest simulacru rezidual de lumea obiectelor. Utilizarea Internetului are în ea o deprindere încă nebănuită cu uitarea omenescului."[1]

Folosirea de pseudonime poate părea o dovadă de modestie. Dar poate fi vorba de modestie atunci când ești un necunoscut oarecare? Dimpotrivă, adeseori e vorba aici de orgoliul celui care vrea să pară mai grozav decât este, sau de neputința de a se asuma pe sine însuși, cu mărginirile sale, care ține adesea tot de orgoliu. E vorba aici și de teama de a se expune fățiș judecății celorlalți, așadar și în acest caz avem de-a face cu o dificultate de asumare a propriei persoane, cu deplină smerenie, în fața celuilalt.

Dar, dincolo de toate acestea, e vorba adesea de lipsa de curaj în susținerea afirmațiilor în nume propriu, declarându-ți în mod cinstit identitatea, sau în asumarea în mod personal a ideilor pe care le aperi sau a afirmațiilor pe care le susții.

Mai există aici și o incapacitate de a-ți asuma responsabilitatea în ceea ce privește propriile idei sau afirmații, îndeosebi atunci când ele au un caracter excesiv (agresiv sau insultător).

---

[1] *La Machine Internet*, Éditions Odile Jacob, Paris, 1999, p. 161.

După cum s-a arătat în repetate ori, folosirea unui pseudonim este o mințire și o înșelare a celorlalți. Faptul de a nu fi ceea ce suntem cu adevărat, persoană, ci un personaj – sau, potrivit sensului vechi al cuvântului *prosopon* (care desemnează acum persoana, în grecește), o mască – creează o relație falsificată cu noi înșine și cu celălalt. Cel care adoptă un pseudonim nu intră în relație cu ceilalți așa cum este cu adevărat, iar în felul acesta falsifică dinspre partea lui relația cu ei; dinspre partea cealaltă, ceilalți nu pot să-l perceapă și să intre în relație cu el potrivit identității sale, așadar relația lor cu el este de asemenea falsificată.

Tot așa cum adesea în faptul că se admite folosirea de pseudonime, de o parte și de cealaltă, există dorința subiacentă de a nu voi să intri în legătură cu o persoană cunoscută în realitatea sa adevărată, pentru a o putea manipula fără să-ți faci probleme de conștiință, mai există și o altă motivație – patologică, după cum subliniază psihiatrii Michel Hautefeuille și Dan Véléa –, aceea de a evita confruntarea fățișă cu celălalt și, la modul nevrotic, de a scăpa de teama pe care o inspiră celălalt și, în general, de teama de lumea reală: „Prin identitatea sa împrumutată, exclusiv virtuală, subiectul se pune la adăpost în fața unui exterior perceput sau imaginat ca periculos, frustrant sau de coșmar."[1]

În acest cadru psihopatologic putem observa de asemenea o utilizare a pseudonimelor care are drept scop construirea unei identități fictive în spațiul de discuții, care corespunde unui eu ideal, lipsit de imperfecțiunile eului real, împodobit cu calități inexistente și greu de dobândit în realitate; acest eu constituie o personalitate dublă în pielea

[1] *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivages, 2014, p. 205.

căreia intră cel care se ascunde în spatele unui pseudonim într-o existență paralelă cu cea reală, o schizofrenie cu atât mai periculoasă cu cât timpul petrecut pe Internet este mai important pentru el decât timpul din viața reală.

RELAȚII LIPSITE DE RESPONSABILITATE: BÂRFE, CALOMNII, HĂRȚUIRE

Un alt fenomen neo-mediatic care afectează relațiile cu celălalt este cel al bârfelor, calomniilor și hărțuirii pe Internet și pe rețelele de socializare. Acestea permit foarte ușor astfel de comportamente și, în general, o lipsă deplină de răspundere în raporturile sociale, pe de o parte pentru că virtualul pare a fi o lume diferită de real, care nu afectează acest real și nu implică responsabilitate față de el, iar pe de altă parte, pentru că tot ce se face în cadrul noilor media pare întotdeauna a fi, mai mult sau mai puțin, un simplu joc.

Să râzi de cei mai slabi, să divulgi lucruri care țin de intimitatea altora, să dezvălui purtări ale lor, fie reale sau închipuite, să-i vorbești de rău, să-i insulți – toate acestea au devenit o plăcere și un divertisment pentru mulți elevi și liceeni, ca și hărțuirea. Victime și „țapi ispășitori", care, fără să aibă vreo vină, încasau odinioară cuvinte urâte și glume răutăcioase la sfârșitul orelor, există și azi, numai că atacurile se fac acum prin mesaje transmise pe rețelele de socializare; și pentru că în felul acesta ajung la cunoștința multora, pentru că sunt de natură psihologică, pentru că n-ai cum să li te opui și pentru că nu pot fi șterse, aceste atacuri produc un mare rău. Adesea victimele – aflate la vârsta adolescenței, când personalitatea este din punct de

vedere psihologic fragilă și tinde în mod spontan spre deprecierea de sine, suferind din pricina celei mai mici slăbiciuni, fie ea reală sau închipuită – sunt profund destabilizate și cad în depresie sau chiar ajung să se sinucidă.

Fenomenul nu rămâne la nivel de curte de școală în timpul recreației, ci îi afectează și pe adulți. Fiecare, având calculatorul în față sau un smartphone în mână, devine un soi de stăpân atotputernic, care – din dorința de răzbunare, din invidie sau pur și simplu dintr-o plăcere sadică – face și desface reputația celuilalt, folosindu-se de numeroasele site-uri de Internet sau de rețele de socializare, care permit postarea de texte, fotografii, secvențe video sau audio (eventual trucate).

INTERNETUL, „LADA DE GUNOI A ISTORIEI"

O problemă ridică faptul că, odată postat pe Internet, orice articol are toate șansele să rămână definitiv în rețea, pentru că este adesea preluat de alte site-uri, multiplicat, arhivat, și lasă urme de neșters. În ultimii ani s-au înmulțit așa-numitele agenții de *„e-reputation"*, care, contra cost, se ocupă de ștergerea de pe net a elementelor care aduc prejudicii imaginii și reputației persoanelor, dar ele nu reușesc, cel mai adesea, decât să le împingă într-un plan secund sau să contracareze paginile incriminate prin constituirea de pagini care le contrazic.

Binecunoscutul adagiu „scrisul rămâne" este valabil mai mult ca niciodată; și putem adăuga: fotografiile și secvențele video rămân și ele.

Nu este o exagerare faptul că Alain Finkielkraut, într-un interviu recent, califica Internetul drept „lada de gunoi a istoriei".

VII

ÎNTÂLNIRI PRIMEJDIOASE

„Călcatu-m-au vrăjmașii mei toată ziua"
(*Psalmul* 55, 2)

Orice navigare are zonele sale primejdioase. Loc de întâlnire și descoperire, Internetul este, în parte, de asemenea un loc de întâlniri nocive și de pierzanie. Nimic nou aici, nu e țară sau oraș care să nu aibă astfel de locuri. Nou este faptul că noile media – televiziunea și mai ales Internetul – le-au făcut cunoscute tuturor, ușor accesibile și le-au permis să ne intre în casă și să rămână alături de noi.

INTERNETUL, ZONĂ LIPSITĂ DE REGIM JURIDIC ȘI DE SANCȚIUNI

În afară de intervenția cu caracter excepțional a statelor pentru interzicerea site-urilor extremiste și periculoase, în ceea ce privește persoanele particulare, ele pot să publice pe Internet – pe pagini personale sau, după cum se întâmplă cel mai adesea, pe bloguri și forumuri – aproape orice și despre orice, sau să creeze site-uri de vânzări prin corespondență, unde se scurg atât produse interzise, cât și permise. S-a arătat adesea că Internetul este o zonă în care

nu există regim juridic și în care domnește impunitatea. Sunt dificile, ca să nu spunem imposibile, urmărirea și stoparea contravenienților, dată fiind mulțimea de site-uri, de locuri de transmitere sau transmițători simultani (cum este cazul rețelelor *peer to peer*), sau de diverse programe și aplicații care permit mascarea identității (precum Tor sau Freenet).

De altfel, datorită programelor de tip Tor s-a constituit o lume paralelă, subterană și invizibilă, denumită *darknet*, unde înflorește traficul de tot felul de produse (arme, droguri...) și unde se pot dezvolta, ferite de ochii poliției, toate activitățile interzise prin lege.

PROMOVAREA VIOLENȚEI ȘI A SEXULUI

Noile media nu au inventat, cu siguranță, nici violența și nici interesul pentru ce se numește în mod obișnuit „sex", dar ele au contribuit puternic la banalizarea, alimentarea și dezvoltarea lor.

Televiziunea

Numeroase studii au subliniat rolul nefast al televiziunii în materie de violență și sexualitate.[1]

Adolescenții sunt evident primii afectați, dar și cei mai mici, bine știind că 80% din timpul petrecut în fața televizorului de copiii de la 4 la 10 ani se derulează în timp ce aceștia urmăresc programe cu „audiență generală"[2], și că

[1] Se va găsi o bună sinteză, alături de o argumentare extinsă, în cartea lui Michel Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision,* ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 247-262 pentru al doilea punct, pp. 273-318 pentru primul.

[2] A se vedea M. Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 66.

zapatul, împreună cu multitudinea de canale, le permite accesul în permanență la cele mai diverse programe.

Un studiu american a arătat că un tânăr care se uită la televizor două ore pe zi este expus, într-un an, la 10.000 de scene de violență. Un alt studiu, realizat în Franța de Consiliul Superior al Audiovizualului, prezintă cifre apropiate: telespectatorii vizionează în medie două crime și vreo zece acte violente pe oră, adică, pentru un telespectator tipic, care se uită la televizor 3 ore și 30 de minute pe zi, aproape 2.600 de crime și 13.000 de acte de violență pe an.

În legătură cu violența și cu alte fapte legate de ea, Academia Americană de Pediatrie avertiza: „expunerea la violență prin mass-media [...] reprezintă un risc major pentru sănătatea copiilor și a adolescenților. Există dovezi științifice extinse care indică faptul că violența mediatică poate contribui la dezvoltarea unui comportament agresiv, la o lipsă de sensibilitate față de violență, la coșmaruri și la frica de a fi victima violenței".[1]

Michel Desmurget își încheie astfel lungul capitol dedicat violenței în cartea sa *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la television*:

> Efectul dăunător al televiziunii în ceea ce privește agresivitatea este azi stabilit în mod solid din punct de vedere științific. Toate lucrările de sinteză apărute în ultimii cincisprezece ani clamează lucrul acesta sus și tare. În mod global, au fost demonstrate trei efecte majore ale conținutului audiovizual violent: 1) desensibilizarea: spectatorul învață treptat să tolereze fără să tresară nivele de violență tot mai înalte; 2) sindromul de „o mare lume rea": spectatorul se impregnează

[1] «Policy Statement – Media Violence», *Pediatrics*, 124, 2009, p. 1495.

> în mod gradat de convingerea că lumea înconjurătoare este ostilă și periculoasă; 3) agresivitatea: spectatorul se comportă de manieră tot mai violentă și agresivă, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung. Nu s-a putut aduce nici un argument în favoarea tezei catarsisului, potrivit căreia spectatorii s-ar elibera de pulsiunile violente atunci când le văd pe ecran. [...] Adevărul de neocolit este acesta: reducând expunerea noastră la scene violente, vom contribui la crearea unei lumi în mod semnificativ mai puțin violente. A afirma contrariul ține, potrivit alegerii fiecăruia, fie de negarea unei realității, fie de escrocherie intelectuală.[1]

Expunerea sexualității la televizor nu este nici ea mai mică. Un studiu american realizat în 2005 a arătat că 70% dintre programele din categoria „audiență generală" conțin referințe de natură sexuală, cu o medie de 5 scene pe oră, ca și 77% dintre emisiunile *prime time*, cu 5,9 scene, și 70% dintre primele 20 de emisiuni urmărite cel mai mult de adolescenți, cu 6,7 scene.[2]

Unul dintre efectele expunerii masive de astfel de scene este banalizarea sexualității. După cum observă cu pertinență Michel Desmurget:

> Adevăratul potop carnal care se abate peste ecranele noastre [...] este însoțit aproape întotdeauna de reprezentări ale sexualității, cel puțin nerealiste [...]. La televizor, actul sexual este o normă generalizată, practicabil fără risc, cu dezinvoltură, care se petrece în aproape jumătate din cazuri între indivizi care nu au vreo legătură unul cu altul. Femeile sunt în mod frecvent reprezentate ca obiecte ale dorinței

---

[1] *Op. cit.*, pp. 318-319.

[2] D. Kunkel, K. Eyal, K. Finnerty, E. Biely, E. Donnerstein, *Sex on TV*, A Kaiser Family Foundation Report, noiembrie 2005, pp. 21, 48, 52.

> sau ale satisfacerii dorinței. Și atunci ele pot fi ușor văzute drept creaturi pasive [...]. Bărbații, dimpotrivă, sunt prezentați într-o postură dominantă, aproape ca niște prădători. Pentru ei, raportul cu sexul definește în mod frecvent nivelul de masculinitate.[1]

În ceea ce-i privește pe adolescenți, repetarea continuă a unor asemenea situații conduce la formarea treptată, în mod inconștient, a reprezentării lor asupra sexualității și a noțiunii pe care o au despre ce este normal și ce nu este normal. Victor Strasburger constată că concluziile trase de telespectatori sunt, între altele, că „toată lumea se culcă cu toată lumea" [...], că „adulții nu-și planifică relațiile sexuale" (altfel spus, că ele au loc în mod impulsiv și când se ivește ocazia), că „toată lumea întreține relații sexuale" (așadar, inclusiv, cei de vârsta lor), că „soții se înșală frecvent unul pe altul" și că „sexul este un sport recreativ".[2]

La toate aceste „învățăminte" – care în cei mai mulți se întipăresc automat, prin repetarea lor, în inconștient și fac să treacă drept normal sau normativ ceea ce se arată a fi obișnuit și banal –, tinerii mai adaugă și altele, la fel de neliniștitoare din punct de vedere psihologic și etic, după cum notează tot Michel Desmurget:

> În urma mai multor experiențe, s-a demonstrat îndeosebi faptul că un adolescent, cu cât se uită mai mult la televizor, cu atât mai mult are tendința: în primul rând, să supraestimeze, ca toți cei de-o seamă cu el, prevalența relațiilor sexuale; în al doilea rând, să-și formeze așteptări nerealiste în materie de „performanțe" sexuale; în al treilea rând, să aibă o viziune permisivă asupra sexualității; și în al

[1] *Op. cit.*, p. 253.
[2] «Adolescents, Sex and the Media: ooooo, baby, baby-a Q & A», *Adolescent Medicine Clinics*, 16, 2005, p. 273.

patrulea rând, să resimtă o intensă presiune de a trece la fapte. Tot atâtea elemente a căror urmă poate fi regăsită ușor în centrul spațiului comportamental.[1]

Fie că este vorba de violență, de sexualitate sau de alte comportamente care pun probleme de natură morală, influența televiziunii este cu atât mai mare asupra tinerilor cu cât ea atribuie astfel de comportamente unor eroi sau personaje puse puternic în valoare prin rolul lor de prim-plan, prin forța lor, prin puterea lor de a învinge, de a cuceri, de a se îmbogăți ș.a.m.d., care fac din ele adevărate modele, contribuind astfel prin impregnare, identificare, mimetism – fără ca tinerii să-și dea seama de lucrul acesta – la formarea unei structuri psihologice și morale care riscă să-i marcheze pe viață.

Jocurile video

Jocurile video au devenit și ele tot mai violente și în același timp tot mai realiste, simulând deseori scene de luptă în care jucătorul, înarmat, este implicat în mod direct. Ele contribuie la dezvoltarea pulsiunilor agresive, la banalizarea violenței și mai ales la ștergerea distanței dintre ficțiune și realitate, favorizând astfel punerea lor în practică.

Jocurile video *on line* sunt și mai primejdioase decât cele jucate de unul singur, pentru că ele pun jucătorul în legătură nu doar cu personaje virtuale, ci cu personaje virtuale manipulate de jucători reali; în felul acesta se instalează o concurență între jucători reali și se încețoșează și mai mult granița dintre ficțiune și realitate.

---

[1] *Op. cit.*, p. 255.

Internetul

Internetul, în calitate de înlocuitor al televiziunii în ceea ce privește difuzarea filmelor și de vector al jocurilor video *on line*, produce, în mod evident, efectele semnalate mai sus la cele două.

Internetul a favorizat difuzarea de videouri violente, mai ales pe site-urile de propagandă legate de grupări extremiste.

Dar el a favorizat mai ales difuzarea de imagini și de videouri pornografice, care mai înainte apăreau numai și numai în revistele specializate, care implicau demersul de a le cumpăra din anumite magazine sau de a le viziona la anumite cinematografe ori pe canale criptate, la ore târzii.

Dezvoltarea site-urilor pornografice pe Internet este atât de masivă, încât din totalul site-urilor existente în lume, 12% au caracter pornografic. În ultimii ani, s-au numărat 4,2 milioane de site-uri și 420 milioane de pagini Web pornografice. În fiecare zi apar încă 350 de noi site-uri pornografice. În fiecare secundă 30.000 de persoane sunt conectate la astfel de site-uri. Zilnic se fac 68 de milioane de căutări de site-uri pornografice prin intermediul motoarelor de căutare, adică 25% din toate căutările de pe Internet; cuvântul „sex" este în topul căutărilor, în toate limbile. Multe site-uri pornografice sunt gratuite, dar programate în așa fel încât să-i dirijeze pe utilizatorii astfel momiți către site-uri contra cost. Industria pornografică de pe net a adus câștiguri în valoare de 97 miliarde de dolari în 2006.

Studiile referitor la consumul de sex pe Internet sunt realizate mai ales în Statele Unite și sunt foarte semnificative. Din cele 57 de milioane de americani care au ac-

ces la Internet, 25 de milioane vizitează site-uri pornografice între 1 și 10 ore săptămânal. Din acest număr, mai mult de 200.000 de utilizatori sunt dependenți de site-uri pornografice și de alte materiale sexuale *on line* (precum *chat*-urile [discuții în direct] cu caracter sexual[1]). 20% dintre bărbați și 13% dintre femei recunosc faptul că vizionează pornografie pe net când sunt la serviciu, iar 10% dintre adulți recunosc faptul că sunt dependenți de cybersex.[2] 79% dintre tineri sunt expuși în mod accidental pornografiei pe net, atunci când navighează acasă.[3] 47% dintre familii semnalează faptul că pornografia constituie o problemă în căminul lor.[4]

La tineri, contactul cu site-urile pornografice nu este, evident, doar accidental. Conform statisticilor, 65% dintre căutările efectuate pe Internet de către tinerii americani în vârstă de 10 până la 16 ani privesc site-urile pornografice. În medie, un elev american, la sfârșitul anilor de școală, a privit 1400 scene sexuale explicite pe an.

Departe de a constitui o defulare care să fie favorabilă vieții psihice și care ar reduce numărul de agresiuni sexuale, frecventarea regulată a site-urilor cu caracter sexual creează o dependență, dezvoltă perversiuni, șterge granița dintre ficțiune și realitate, favorizează trecerea la fapte și crește numărul de agresiuni sexuale.

Departe de a avea pentru tineri o valoare educativă pe care unii i-o atribuie, frecventarea acestor site-uri, dimpotrivă, le deformează concepția despre sexualitate: din ca-

---

[1] Studiu realizat în anul 2000 în Statele Unite de postul de televiziune MSNBC.

[2] Conform site-ului Top Ten Reviews (Internet Filter Review, 2006).

[3] *Online Victimization of Youth: Five Years Later*, 2006.

[4] *Focus on the Family Poll*, October 1, 2003.

uza lor ei ajung să cunoască formele perverse ale acesteia mai înainte de a le cunoaște pe cele normale (pe care pornografia le ignoră), ajung să vadă persoana sub aspect de trup, iar trupul ca un simplu obiect; pornografia le prezintă sexualitatea ca un comportament eminamente fizic, destinat unei plăceri individuale egoiste, cu totul în afara vreunei relații de respect și de iubire.

Internetul s-a dezvoltat foarte repede ca un teren favorabil pentru pedofilie, facilitând mai întâi schimbul de fotografii și de videouri între perverșii de acest fel. În 2014, se numărau aproape 20.000 de site-uri conținând imagini pedo-pornografice. În 2009, ONU estima că 750.000 de persoane din întreaga lume consultă simultan astfel de site-uri.

Internetul și rețelele sociale au devenit astfel terenul de vânătoare preferat al pedofililor, care intră în legătură cu copii pe forumuri dându-se și ei drept copii. Statisticile stabilite în 2014 de către Inhope, o rețea de 51 de țări preocupate de cyber-pedofilie, indică faptul că intervalul de vârstă al victimelor este cel mai adesea între 8 și 10 ani pentru fete și 11 și 13 ani pentru băieți.

Adicțiile sexuale de tot felul sunt clasificate de psihiatri într-o aceeași categorie ca alte dependențe, ca drogul sau jocurile de noroc, în privința caracteristicilor lor patologice, dar spre deosebire de unele adicții care nu sunt dăunătoare decât pentru subiectul însuși, ele sunt dăunătoare și pentru ceilalți atunci când implică, cum se întâmplă frecvent, trecerea la fapte.[1]

---

[1] Asupra acestor probleme a se vedea excelentul studiu realizat de psihiatrii M. HAUTEFEUILLE și D. VÉLÉA, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivages, Paris, 2014, pp. 101-111.

LOCURI RĂU FAMATE

Internetul a găzduit de la bun început site-uri rău famate de diverse tipuri, care, în acest sat planetar pe care l-a constituit, reproduc structura unui oraș, cu cartierele sale „fierbinți", riscante, frecventate de persoane de joasă condiție; numai că între orașul real și aceste site-uri există o deosebire: în viața reală, amatorii de astfel de locuri trebuie să bată drumul până acolo, la modul fizic, și asumându-și uneori unele riscuri, care pot să-i facă să se gândească bine dacă să se ducă sau nu, în vreme ce calculatorul sau tableta le pun pe dată, în mod discret și fără nici o osteneală, la îndemâna internautului, oferindu-i pe deasupra o uriașă gamă de opțiuni.

Întâlnirile de acest fel pe Internet, după cum am văzut, sunt întâlniri virtuale cu personaje sau situații care au o influență nefastă asupra modului de reprezentare a violenței și sexualității, precum și asupra posibilității de a trece la fapte pe care le favorizează; există însă și întâlniri reale cu perverși sexuali – voyeuriști, exhibiționiști, sadici, pedofili...

Poate fi vorba de asemenea de întâlniri cu escroci, cu traficanți de droguri, cu extremiști politici sau religioși, cu bolnavi psihic sau cu perverși care incită la jocuri periculoase ori la practici sinucigașe.

Cybercriminalitatea

Internetul a devenit un loc privilegiat de exercitare a ceea ce se numește acum „cyberdelincvența" și „cybercriminalitatea". Dezvoltarea acestor fenomene se explică prin diferiți factori:

1) este posibil pentru un delincvent ca, de la calculatorul său, să ajungă oriunde în lume prin simpla cunoaștere a unei adese de mail;

2) este ușor, în absența unui contact fizic și printr-un simplu joc de texte și imagini virtuale, să-ți înșeli interlocutorul, atribuindu-ți o falsă identitate, o falsă adresă, o falsă profesie, creând imaginea unei false firme sau a unor false obiecte de vânzare, bonuri false pentru false reduceri de prețuri, false cereri de informații referitor la mijloacele de plată, practicând *fishing*-ul, o practică curentă care permite ademenirea a mii de internauți simultan;

3) impunitatea este practic garantată, pe de o parte pentru că e greu ca astfel de indivizi să fie depistați, din cauza jocului de identități false și de adrese false, din pricina utilizării de programe care ascund identitatea calculatorului, tabletei sau mobilului emițător (adresa IP), iar, pe de altă parte, pentru că în general nu există o legislație internațională unificată care să permită finalizarea urmăririlor de acest fel, numeroși delincvenți exercitându-și activitatea din zone *offshore*;

4) este un lucru ușor să obții livrarea prin poștă de articole de contrabandă, de produse contrafăcute (lucru care, în cazul pieselor de schimb pentru automobile sau al medicamentelor poate avea consecințe extrem de grave), droguri și chiar arme, pentru că serviciile poștale și cele vamale nu sunt în măsură să facă altceva decât controale punctuale și aleatorii;

5) este posibil pentru comercianți fictivi sau necinstiți să deturneze mijloacele de plată electronică în interesul propriu, și pentru hackeri să-și însușească, de pe site-urile unde se află depozitate, datele bancare ale internauților,

pentru că nu există nici un sistem de criptare care să nu poată fi descifrat;

6) arsenalul de luptă contra cybercriminalității rămâne destul de restrâns, deoarece cele mai multe țări nu au conștientizat încă amploarea acestei forme de delincvență, cu toate că costul său economic este fabulos; un studiu recent realizat de CSIS (*Center for Strategic and International Studies*) estima că cybercriminalitatea și cyberspionajul provoacă o pierdere anuală de 100 miliarde de dolari pentru economia americană și eliminarea a 508.000 de locuri de muncă; la nivel mondial, această pierdere se estima la aproape 500 miliarde de dolari.[1]

Piață a drogurilor

Internetul contribuie în diverse moduri la consumul de droguri. El permite pasarea către furnizorii dintr-o țară sau din afara ei a comenzilor de droguri sau de componente care facilitează cultivarea ori sintetizarea lor, ca și livrarea lor prin poștă, fără prea mari riscuri de a fi supuse unui control. El furnizează de asemenea rețete pentru fabricarea la domiciliu de produse toxice și dă toate indicațiile necesare pentru cultivarea de canabis sau de ciuperci halucinogene. El informează publicul interesat cu privire la existența de noi droguri sau la posibilitatea de a utiliza ca droguri unele produse chimice.[2] El contribuie de asemenea, prin schimbul de experiențe de pe forumuri, la banalizarea și răspândirea consumului.

[1] *The Economic Impact of Cibercrime and Ciber Espionage*, Center for Strategic and International Studies, iulie 2013.

[2] De exemplu, produsul GHB – gamma hydroxy-btydratul – (care până atunci nu era cunoscut decât de cercetători), numit și „drogul violatorilor", a fost adus la cunoștința publicului prin Internet, care a furnizat rețeta pentru a-l fabrica acasă.

Trebuie să plasăm în aceeași categorie cu drogurile în sens clasic și produsele așa-zis energizante, folosite de un mare număr de sportivi pentru a-și ameliora performanțele, interzise prin lege de cele mai multe țări, nu doar din rațiuni de etică sportivă, ci și din cauza periculozității lor; acestea însă pot fi ușor procurate de pe Internet în țările în care legislația este mai tolerantă sau de la laboratoarele clandestine.

Sigur că toate aceste schimburi de informații și traficul însuși erau și sunt posibile și în afara Internetului, dar el le-a ușurat în mod considerabil, le-a favorizat și le-a amplificat.

Propagandă sectară și extremistă

Internetul a devenit de asemenea un loc ideal de propagandă pentru sectele și grupurile extremiste, care nu-și găseau loc în cadrul mijloacelor clasice de informare în masă.

Internetul nu numai că permite afișarea facilă în public a unor grupări care, fără el, ar fi rămas obscure și neștiute, dar din cauza lui acestea pot să impresioneze multe persoane și să recruteze adepți, mulțumită facilităților pe care le oferă în domeniul manipulării textelor, imaginilor și mai ales al secvențelor video.

Sectele sunt foarte prezente pe Internet (mai mult de 50.000 de site-uri), iar unele dintre ele (ca Biserica Scientologică, Martorii lui Iehova și Soka Gakkai) își recrutează în mod activ adepți în acest mod, dar de Net au profitat în mod deosebit mișcările politice extremiste, altădată cu totul minoritare, care și-au sporit în mod considerabil numărul de aderenți sau de simpatizanți din pricina ecoului stârnit de pozițiile lor, mai ales prin bloggeri talentați.

Mișcările religioase extremiste au beneficiat de asemenea din plin de avantajele Net-ului în materie de difuzare și manipulare. Se știe că tinerii care s-au convertit la islam au mers în Orientul Mijlociu și s-au alăturat unor mișcări extremiste și războinice ca ISIS, au făcut-o influențați de propaganda practicată în anumite moschei sau în spații publice, dar mult mai mult pe site-urile de Internet; toți specialiștii în comunicare au remarcat expertiza în materie de manipulare a minților a acestei propagande făcute pe Internet. Uneori tineri care trăiesc la țară, fără să aibă vreun contact direct cu islamiștii, au putut fi în felul acesta convinși să se alăture jihadului.

Incitări la sinucidere

Printre relele întâlniri de pe Internet, care pot duce la purtări primejdioase, putem aminti de asemenea site-urile care incită la practici sinucigașe, site-uri care au început să se răspândească în anii '90.

Unele dintre ele au permis pregătirea de către tineri a unei sinucideri în grup; altele găzduiesc bloguri ale unor persoane depresive, a căror tentație de a se sinucide este contagioasă pentru cei care suferă de aceleași tulburări; altele furnizează informații cu privire la mijloacele de a-ți provoca moartea și atrag mai ales pe adepții euthanasiei.

Aceste site-uri deosebit de vătămătoare au, desigur, un impact limitat, dar dezvoltarea lor poate fi în mod incontestabil corelată cu creșterea ratei de sinucideri în rândul tinerilor, care poate fi observată în lumea întreagă.[1]

---

[1] Asupra acestor chestiuni a se vedea studiul deja citat: M. HAUTEFEUILLE și D. VELEA, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivages, Paris, 2014, pp. 127-134.

Putem lega de aceste site-uri pe cei care promovează anorexia, în măsura în care aceasta este o formă subconștientă de comportament sinucigaș. Anorexia este desigur o formă de psihoză – maladie mintală cronică ce modifică percepția de sine și a lumii –, care are rădăcini adânci în psihismul personal și în viața de familie, dar ea se poate ivi și manifesta într-un mediu favorabil, mai ales în adolescență, când tinerii nu se simt bine în propriul trup și când sunt mai vulnerabili la mesajele transmise de media, care promovează ca model de frumusețe și reușită socială top-modele de-a dreptul descărnate prin subalimentația la care se supun și în plus prin ajutorul programelor de retuș al imaginii. Avem aici de-a face mai puțin cu propaganda, cât cu mimetismul care răspândește comportamentele vătămătoare pentru sănătate și periculoase pentru viața însăși.

VIII

DESFIINȚAREA VIEȚII PRIVATE

„Viața privată este un concept ivit din
boom-ul urban produs de revoluția industrială.
Așa încât aceasta ar putea să nu fie altceva decât o anomalie"
(Vint Cerf, Chief Internet Evangelist of Google)

„Dacă aveți un secret pe care doriți să-l păziți,
poate ar trebui să vă comportați în așa fel încât
să nu ajungeți să aveți un astfel de secret"
(Eric Schmidt)

Noile media au produs o reducere a distanței dintre viața privată și viața publică, până la a o desființa – în unele cazuri – în totalitate. Această reducere este efectul pe de o parte al acțiunii perfect conștiente și organizate a statelor și a marilor grupuri economice care gestionează așa-numitele Big Data, și pe de altă parte al acțiunii, uneori conștiente, alteori inconștiente, a indivizilor mânați de anumite dispoziții psihologice, al căror mod de funcționare a fost favorizat de noile media.

REDUCEREA DISTANȚEI DINTRE VIAȚA PRIVATĂ ȘI VIAȚA PUBLICĂ

Unul dintre efectele cele mai evidente ale noilor media – în special al televiziunii, Internetului și Facebook-ului

– este faptul că a contribuit puternic la abolirea distanței și a separării dintre viața privată și viața publică. Cu mai mult de douăzeci de ani în urmă, Lucien Sfez constata acest fapt: comunicarea modernă însemna „sfârșitul distincției dintre public și privat, care constituia baza societății civile și a statului încă din vremea Romei creștine”.[1]

În general, televiziunea a introdus viața publică în căminul familial, adică în ceea ce Hannah Arendt numește „siguranța vieții private”[2], altfel spus în ambianța până atunci protejată a vieții familiale și a intimității sale. Prezența ei este nu doar intruzivă, ci și dominantă, instituindu-se în stăpână a casei când e vorba în organizarea zilei (în funcție de emisiuni), și dobândind asupra copiilor o influență mai mare decât cea a părinților.

Invers, televiziunea a dat vieții private o dimensiune publică. Prezintă tot mai multe emisiuni numite *reality show*, care vor să înfățișeze oamenii așa cum sunt ei în viața lor privată, cu reacțiile pe care le au în intimitatea lor. În aceste emisiuni, în care telespectatorul este transformat într-un *voyeur*, sunt favorizate toate comportamentele și reacțiile care pot atrage atenția, acestea fiind adesea comportamente deviante sau care țin de pasiuni mai mult sau mai puțin de nemărturisit ale telespectatorilor.

Televiziunea se invită de asemenea în intimitatea familială a oamenilor politici; alteori aceștia sunt poftiți să vorbească despre viața lor privată atunci când se află pe platoul de transmisie, ceea ce, sub pretextul de a-i face mai populari și mai apropiați de mulțime, în realitate a contri-

[1] *Critique de la communication*, Seuil, Paris, 1992, p. 437.

[2] Despre evoluția relațiilor dintre sfera publică și cea privată, a se vedea îndeosebi eseul său *La Condition humaine*, Calmann-Lévy, Paris, 1961.

buit mult la desacralizarea funcției lor și la slăbirea autorității acestora în societățile moderne.

Prezența pe calculator a unei camere de luat vederi (*webcam*), sau conectarea de mici camere portabile la calculator prin WiFi sau Bluetooth, a permis fiecărei persoane să se prezinte tuturor în mediul său privat și în intimitatea sa; unii ajung chiar să filmeze și să difuzeze în permanență toate faptele și gesturile din viața lor de zi cu zi.

Faptul că telefoanele mobile oferă posibilitatea de a fotografia, de a înregistra sunete și de a filma a favorizat pe Internet sau pe Facebook captarea și difuzarea purtărilor sau cuvintelor persoanelor aflate în vecinătate, fără ca ei să știe lucrul acesta. Când e vorba de personaje celebre (actori, cântăreți, oameni politici etc.), în orice loc s-ar afla, a devenit imposibil să facă ceva, să reacționeze într-un anumit fel sau să spună o vorbă oarecare, fără ca lucrul acesta să nu fie înregistrat de cineva și difuzat imediat, ajungând la cunoștința întregii lumi.

În acest domeniu, ca și în altele, lumea modernă se caracterizează printr-o aversiune față de tot ce este secret și printr-un cult al transparenței, nu atât de dragul adevărului, cât de dragul exhibiționismului și al voyorismului, pentru care noile media sunt deopotrivă instrumente și instigatori puternici de exercitare.

BIG BROTHER E AICI

Noile media au devenit mijloace de comunicare prin care se transmit tot soiul de informații personale și confidențiale, și de asemenea mijloace de a le păstra un timp nelimitat.

Multe site-uri de Internet cer ca în schimbul prestațiilor lor gratuite utilizatorul să furnizeze un anumit număr

de date personale: vârsta, adresa, numărul de telefon etc. Utilizatorii Facebook au fost invitați să dea pe deasupra informații care țin de sfera privată: data nașterii, orașul în care locuiesc, școala, liceul, facultatea pe care le-au absolvit, locul de muncă, lista prietenilor, gusturile în materie de lectură, muzică sau filme, lucrurile care îi pasionează, fotografii personale...

Uneori utilizatorii lasă din neștiință sau din naivitate astfel de informații pe diverse site-uri; alteori se complac în a le expune pe rețelele de socializare (mai ales pe Facebook); în ambele cazuri, ele sunt ușor de recuperat de terți interesați.

Numeroasele carduri pe care le folosim (bancare pentru tranzacții, de fidelitate pentru cumpărături, de sănătate pentru servicii medicale ș.a.m. d.) lasă urme înregistrate informatic de fiecare dată când sunt introduse într-un dispozitiv de citire, care permit celor care le exploatează cunoașterea multor lucruri despre posesorul lor.

Camerele de luat vederi plasate în locurile publice pe unde trecem observă și înregistrează mișcările și opririle noastre, lucrurile care ne interesează, acțiunile noastre și persoanele cu care suntem. Caracterul digital al înregistrărilor permite ușor păstrarea lor timp îndelungat.

Nici o comunicare particulară între două persoane nu rămâne nici ea pe deplin confidențială. Mailurile și mesajele SMS tranzitează prin furnizorii de acces (FAI), care au posibilitatea tehnică de a lua cunoștință de ele sau de a le păstra. Conversațiile telefonice, în anumite condiții care devin tot mai permisive, pot fi captate și înregistrate de poliție sau de serviciile de informații, naționale, străine sau internaționale. Calculatoarele, tabletele și telefoanele mobile pot fi localizate cu precizie, și astfel deplasările celor care le utilizează pot fi urmărite de asemenea cu toată

precizia. Diverse aplicații pentru smartphone leagă funcționarea acestora de localizarea utilizatorului. Google cere cu insistență ca utilizatorii să indice locul unde se află și chiar a conceput o aplicație care recapitulează diferitele localizări, le sintetizează și păstrează în memoria lor itinerarele străbătute, și o altă aplicație (Google Driving) care anticipează destinațiile în funcție de datele cunoscute!

Se poate spune la modul general că această conexiune a calculatoarelor sau a mobilelor cu diferitele relee ale furnizorilor de acces în rețea care au împânzit lumea întreagă permite în permanență celui care deține tehnica necesară, oriunde s-ar afla el, să situeze în mod exact, în spațiu și în timp, pe oricare dintre deținătorii de calculatoare și mobile, și de asemenea să știe cu cine vorbesc, așadar să le cunoască relațiile sau chiar să capteze conținutul mesajelor ori al conversațiilor. Faptul că aceste date coincid cu cele furnizate de diverse cartele SIM folosite zilnic, care lasă o amprentă la fiecare etapă, permite în principiu refacerea în mare parte nu doar a itinerarului zilnic, ci și a activităților lor pe acest parcurs.

Pentru un calculator dispunând de ansamblul datelor, ar fi ușor să le coreleze, să le sintetizeze și să cunoască astfel obișnuințele în materie de consum, nivelul cultural, cel economic și starea de sănătate a fiecărui cetățean, dar și activitățile sale cotidiene, persoanele pe care le frecventează în mod obișnuit ori în mod excepțional, gusturile, credințele, ideile, dorințele, intențiile, proiectele sale...

Deoarece conversațiile telefonice pot fi captate, ca, de altfel, și SMS-urile, mesajele de pe Twitter și mailurile, ar fi posibilă de asemenea o cunoaștere precisă a ideilor fiecăruia și a unei părți din viața sa lăuntrică.

Simpla cunoaștere a unei persoane, urmată de căutări efectuate de un internaut pe un motor de căutare ca Google, permite să se obțină despre această persoană un mare număr de informații (conform statisticilor, fiecare internaut lasă, intenționat sau nu, o medie de zece informații personale pe fiecare site vizitat). Unele dintre ele sunt deja înregistrate, pentru că aceste motoare, la noile căutări, fac sugestii pe linia celor precedente, iar istoricul căutărilor anterioare care se păstrează permite să se urmeze cu precizie firul acestora.

Nu trebuie să ne imaginăm că un asemenea calculator central care poate conține toate datele care ne privesc s-ar afla undeva, departe de noi: este suficient ca proprietarul sistemului de operare al calculatorului nostru să ajungă în posesia memoriei RAM și a datelor de pe *hard disc*, pentru ca astfel calculatorul să devină, în chiar intimitatea locuinței noastre, un astfel de dispozitiv de control total, având acces la totalitatea conexiunilor noastre.

Or, un astfel de dispozitiv tocmai a fost realizat de Microsoft, care, împreună cu Apple, este proprietarul sistemelor informatice din întreaga lume, și încă având acordul utilizatorilor. Noua declarație de confidențialitate pe care trebuie s-o semneze cei care descarcă noul sistem Windows (și tot așa vor sta lucrurile la actualizările ulterioare), în schimbul gratuității acestuia, este de-a dreptul înfricoșătoare în ceea ce privește preluarea în posesie de către firma americană a datelor personale ale utilizatorilor din lumea întreagă:

În mod implicit, „atunci când vă conectați la Windows printr-un cont Microsoft, Windows sincronizează unii dintre parametri dumneavoastră și unele date ale voastre cu serverele Microsoft", între care „istoricul *browser*-ului dumneavoastră, site-urile favorite și site-urile de pe Internet pe care le-ați vizitat" [...] „Microsoft culege

în mod regulat informații de bază referitoare la dispozitivul pe care rulează sistemul Windows. [...] Aceste date sunt transmise la Microsoft și stocate cu ajutorul unuia sau mai multor identificatori unici." Este vorba mai ales despre „datele de utilizare a apps[1] care funcționează sub Windows" sau despre „date referitoare la rețelele la care vă conectați [...]". În noul *browser* Microsoft Edge, dacă sunt activate opțiunile AutoSearch și Search Suggestions, el trimite la Bing (motorul de căutare Microsoft) „informațiile pe care le introduceți în bara de adrese, chiar dacă ați selecționat un alt motor de căutare ca setare implicită". „Datele de navigare colectate în legătură cu aceste funcționalități sunt utilizate în datele globale", adică ele participă la stabilirea profilului publicitar al utilizatorului.

Intruziunea în viața privată merge și mai departe în ceea ce privește Cortana, funcția de recunoaștere vocală asociată sistemului:

> „Pentru a permite ca funcția de recunoaștere vocală Cortana să furnizeze experiențe personalizate și sugestii pertinente, Microsoft adună și utilizează diferite tipuri de date, cum ar fi localizarea calculatorului dumneavoastră, date din calendarul vostru, aplicațiile pe care le utilizați, datele din mailurile și din mesajele dumneavoastră, persoanele pe care le apelați, contactele voastre și frecvența interacțiunii cu ei pe dispozitivul dumneavoastră. Cortana află de asemenea mai multe despre dumneavoastră strângând date referitor la modul de utilizare a calculatorului și a altor servicii Microsoft, cum ar fi muzica preferată, activarea alarmei pentru anumite ore, faptul că ecranul închis este activat, la ce vă uitați și ce cumpărați, istoricul de navigare și de căutare de la Bing și multe altele. [...]

[1] Aplicații.

Atunci când utilizați OneDrive[1], noi colectăm date referitor la utilizarea serviciului, ca și la conținutul fișierelor salvate. [...] Pentru a furniza o recunoaștere vocală personalizată, noi înregistrăm vocea dumneavoastră, numele și pseudonimul dumneavoastră, evenimentele recente din calendarul vostru și numele persoanelor cu care vă întâlniți, ca și informații referitor la persoanele de contact, îndeosebi numele și pseudonimele lor [...] Microsoft nu utilizează ceea ce spuneți în mailuri, discuțiile, apelurile video sau mesageria vocală, nici documentele, fotografiile dumneavoastră sau alte fișiere personale, pentru a vă trimite reclame cu o țintă precisă, [totuși utilizează] alte informații pe care le culegem referitor la persoana voastră de-a lungul timpului, utilizând datele dumneavoastră demografice, subiectele căutărilor, centrele de interes și site-urile dumneavoastră favorite, datele privind utilizarea și datele de localizare. [...] Noi vom accesa datele dumneavoastră personale, le vom publica și le vom păstra, mai ales conținutul lor (al mailurilor, al altor comunicații private sau fișiere din dosarele dumneavoastră private), dacă vom considera cu bună credință că este necesar să o facem, [îndeosebi] pentru a răspunde la solicitări valide din partea organelor legii. [...] Datele personale colectate de Microsoft pot fi stocate și prelucrate în Statele Unite sau în orice altă țară în care Microsoft, filialele sale sau prestatorii de servicii sunt implantați."

Toate datele personale ale internauților sunt de fapt colectate fie de instituții de stat (ca NSA în Statele Unite) cu scopul unui control al societății, fie de firme private care le vând, le schimbă sau le exploatează în scop comercial. Gratuitatea serviciilor furnizate de Google sau Bing, care ajută cu generozitate căutările și permit obținerea gratuită a unei multitudini de documente (texte, fragmente de muzică, secvențe video ș.a.m.d.) nu este decât aparentă: există un *deal* subiacent,

[1] Ansamblu de servicii *on line* (stocare și aplicații).

care face din prestatorii de servicii mari beneficiari, iar din utilizatori niște victime. Există chiar o zicală iscată de astfel de practici: „Dacă e gratuit, atunci voi sunteți marfa."

Aceste date, care nu sunt nici pe departe efemere, pot fi nu doar depozitate în mod masiv, ci și păstrate pe termen nelimitat datorită memoriei colosale și infailibile a calculatoarelor de Big Data.

După cum arată Michel Bera și Éric Méchoulan, Internetul permite crearea unui adevărat hambar de date în care indivizii sunt înregistrați, clasați, fișați cum n-au mai fost niciodată.[1] Și după cum anticipa Alain Finkielkraut, „foarte curând se va sfârși cu dreptul de a te efasa sau de a exista fără să lași urme. Ne vom fi cucerit toate drepturile posibile, dar ne vom fi pierdut dreptul la intimitate".[2]

Domnia lui Big Brother descrisă de George Orwell în romanul său *1984* nu mai este o utopie; pentru ca ea să se instaureze în mod real, ar fi de ajuns acordul între prestatorii de servicii de comunicații digitale, însușirea memoriei fiecărui calculator de autorul sistemului său de operare, sau o însușire a diverselor date de o putere superioară, ca aceea a unui organ de stat, fie el autorizat sau nu de lege. Iar lucrul acesta a început deja să se înfăptuiască.

SUPRAVEGHEREA DE CĂTRE STAT A INDIVIZILOR

Statele Unite, dar și alte state, au pus la punct de multă vreme sisteme de observație și ascultare prin satelit sau prin interceptarea traficului de pe Internet ori în rețelele telefonice, care permit supravegherea ansamblului comu-

---

[1] *La Machine Internet*, Odile Jacob, Paris, 1999.

[2] *«Fatale liberté»*, în A. FINKIELKRAUT și P. SORIANO, *Internet, l'inquiétante extase*, Mille et une nuits, Paris, 2001, pp. 19-20.

nicațiilor ce au loc în lumea întreagă, inclusiv cele ale șefilor de stat, după cum a deconspirat recent WikiLeaks în ce privește NSA (Agenția americană de securitate națională). Ele au încheiat acorduri de colaborare și schimb cu marii deținători de date digitale[1] (între care la loc de frunte se află Google și Yahoo[2]).

Diverse instituții de stat (poliția, vama, serviciile de informații, autoritățile fiscale) au posibilitatea de a accesa toate aceste date. Recent, sub pretextul prevenirii terorismului, statul francez a acordat serviciilor de informații dreptul de a pătrunde masiv – fără nici o autorizație din partea unei instanțe superioare și fără nici un control – în viața privată a tuturor cetățenilor, în special prin următoarele mijloace:

1) Instalarea de „cutii negre" pe rețelele de telecomunicații, care permit analizarea ansamblului de „metadate"[3] cu ajutorul unui algoritm, adică al unui program informatic care răspunde la instrucțiuni precise. Este vorba cu adevărat de o supraveghere în masă, deoarece traficul e supravegheat în totalitate, algoritmul operând în cadrul lui o selecție automată pornind de la anumite cuvinte-cheie.

---

[1] A se vedea M. Dugain și C. Labbé, *L'Homme nu. La dictature invisible du numérique*, Robert Laffont et Plon, 2016, pp. 52-58.

[2] Yahoo a realizat în secret, în 2015, un program care permite căutarea de date precise la solicitarea serviciilor de securitate americane în mailurile primite de utilizatorii săi. Marea firmă de Internet a examinat astfel mai multe milioane de conturi Yahoo Mail la ordinul NSA sau FBI, au dezvăluit recent doi foști angajați și o a treia persoană care era la curent cu această practică. Față de acestea, firma s-a mulțumit să răspundă că Yahoo este o companie care respectă legea și se supune legilor din Statele Unite.

[3] Metadatele se referă la diverse elemente, cum ar fi numele, adresa de mail, parola, adresa IP conținute într-un mail expediat, subiectul, destinatarul, data, ora și fusul orar când a avut loc comunicarea, tipul de conținut (formatul fișierului...). Pentru o rețea de socializare, ele includ numele utilizatorului, localizarea sa geografică, telefonul utilizat dacă este vorba de o conexiune mobilă, data la care a fost creat contul. Pe paginile Web, ele conțin căutările efectuate, adresa site-urilor vizitate, ora vizitării, furnizorul de acces.

Metadatele pot părea *a priori* anodine, pentru că ele nu se sprijină pe conținutul mesajelor schimbate. În realitate, metadatele permit, prin coincidența lor, nu doar identificarea rapidă a persoanelor în cauză[1], ci și obținerea de nenumărate informații cu caracter privat cu privire la ele.

2) Instalarea de *keyloggers*, care permite cunoașterea celor tastate de persoana supusă observației.

3) Instalarea de *IP-catchers*, care permite captarea conversațiilor telefonice, a SMS-urilor și traficul de Internet (inclusiv mailurile) pe o rază de 500 de metri.

4) Instalarea de camere de luat vederi și microfoane într-un apartament sau de dispozitive GPS într-un vehicul.

Orice tentativă a unui cetățean de a scăpa de controlul informatic al statului – de exemplu prin utilizarea unui sistem de bruiaj sau a unui program ca Tor, care permite, atunci când se navighează pe Internet, camuflarea adresei IP a calculatorului, și face așadar imposibilă localizarea și identitatea celui care-l folosește – face din el un suspect în ochii serviciilor de supraveghere. Ca și faptul că un internaut a accesat o dată, în scop pur informativ, un site nevralgic, listat de algoritm. De asemenea este considerată suspectă orice persoană care stabilește un contact oarecare cu un suspect deja avut repertorizat. [2]

[1] În 2013 un studiu a arătat că sunt suficiente patru puncte geografice pentru a se identifica 95% dintre utilizatorii unei baze de date de 1,5 milioane de persoane. În 2007 cercetătorii de la Universitatea Columbia i-au putut identifica pe șefii companiei Enron numai studiind volumele de mailuri schimbate și timpii de răspuns medii, într-o bază de date conținând 620.000 de mesaje. Cercetătorii de la Universitatea din Ghent au reușit să reconstituie viața unui om colectând metadate doar o săptămână. O organizație de apărare a drepturilor omului din America a arătat că se poate prevedea locul unde se va afla o persoană prin analiza istoricului locurilor frecventate de cunoscuții acesteia.

[2] Într-o manieră foarte personală, fostul președinte francez Nicolas Sarkozy declara (30.11.2015): „Cine consultă imaginile postate de un jihadist este un jihadist."

O parte din activitatea de supraveghere desfășurată de stat și de primării are desigur drept obiectiv sporirea siguranței publice; dar regăsim aici vechea problemă a faptului că un plus de libertate duce la un minus de siguranță, iar un plus de siguranță, la un minus de libertate. Orice societate democratică, din acest punct de vedere, a fost silită să adopte o cale de compromis. Dar mijloacele moderne, inclusiv în societățile democratice, favorizează sistemul de securizare totală, care își află un teren prielnic în lipsa de securitate resimțită în zilele noastre de cetățeni, din motive care țin de evoluția societăților moderne: slăbirea simțului moral (mai ales din cauza faptului că religiile și-au pierdut puterea de influență), creșterea delincvenței, dezvoltarea fanatismelor politice și religioase, permeabilitatea frontierelor de care profită organizațiile mafiote și bandele de infractori etc. Sistemul de securizare totală implică o dezvoltare a mijloacelor de prevenție, iar aceasta, la rândul ei, implică o dezvoltare a mijloacelor de supraveghere, care se perfecționează tot mai mult, pe măsură ce metodele de a le evita devin tot mai performante.

Încet-încet, am intrat într-o formă de totalitarism, care însă reușește să se ascundă în spatele acestei invizibilități a observatorilor digitali. Într-un articol publicat în *The Nation* (New York) pe 23 martie 2015, David Cole scrie:

> Să ne imaginăm un stat care și-ar obliga cetățenii să declare în permanență unde și cu cine se află, ce anume fac, în ce scop își folosesc timpul și banii. Nici unul dintre noi nu ar dori să trăiască într-un astfel de stat. Asociațiile pentru drepturile omului ar condamna pe dată un astfel de stat care nesocotește demnitatea umană și libertatea. I-am deplânge pe locuitorii lui, lipsiți de drepturi care sunt esențiale într-o

societate democratică liberală. Și totuși, într-un asemenea stat trăim noi astăzi, cu singura diferență că statul nu ne obligă în mod direct să-i furnizăm aceste informații personale. El a pasat colectarea lor firmelor private, apoi scormonește în toată această adunătură după cum voiește.

Această formă de totalitarism pe care o îndurăm și-a găsit loc într-un stat care, teoretic, este un stat democrat. Ne putem imagina ce ar putea face din toate aceste mijloace de supraveghere un stat pur totalitar și dur care i-ar urma...

Este adevărat că o prea multă informație sfârșește prin a ucide informația însăși, că majoritatea informațiilor care circulă sunt lipsite de interes, iar cetățenii care n-au nimic de ascuns n-au a se teme de faptul că sunt atent observați sau ascultați. Dar, după cum au demonstrat în 11 puncte Maurits Martijn și Rob Wijnberg într-un articol recent din ziarul *De Corespondant* (Amsterdam), până la urmă „fiecare dintre noi are ceva de ascuns", și anume viața sa personală și intimă.

Simpla posibilitate de a fi observat și ascultat, sau faptul de a ști că nimic nu poate fi totalmente confidențial sunt în mod subiectiv resimțite, pe bună dreptate, ca o micșorare sau chiar ca o negare a libertății personale, ca o intruziune în viața privată, ca o violare a intimității, și de aceea ca o lezare a demnității umane.

CONTROLUL ECONOMIC AL TUTUROR INDIVIZILOR

Mulți agenți economici au convenit de-acum să-și transmită și să regrupeze, în scop mercantil, datele personale colectate cu ajutorul formularelor completate pe Internet, când are loc o înscriere sau o tranzacție, al carduri-

lor de fidelitate sau al înregistrării pe site-urile și magazinele *on line* a cumpărăturilor dorite sau efectuate.

Toate aceste date sunt în prezent adunate, regrupate și centralizate în băncile de date (așa-numitele Big Data), care ulterior le analizează și le regrupează pentru a stabili profilul consumatorilor, și apoi vând rezultatele acestui *paneling*[1] site-urilor comerciale, care le comunică centrelor lor de prospectare a pieții, care în felul acesta își țintesc exact potențialii clienți.

După cum se vede pe marile site-uri comerciale de pe Net (ca Amazon), atunci când cineva pur și simplu se interesează de un produs, acest interes al său este înregistrat și site-ul propune imediat sau la următoarele consultări produse de același tip.

În unele magazine, un sistem informatic aflat în legătură cu mobilul clienților prezenți permite cunoașterea interesului acestora pentru un produs sau altul, înregistrând cât timp au stat în fața lui, cu scopul de a le face ulterior oferte comerciale corespunzătoare.

Numeroase site-uri de pe Net propun – uneori în mod insistent, cum face Google – să se indice în mod permanent pe calculator poziția geografică a utilizatorului; pe smartphone, aceasta este captată în permanență dacă ne-am dat acordul (care este absolut necesar pentru anumite servicii). Această localizare este apoi utilizată direct de site-urile comerciale sau vândută de Big Data pentru a adapta ofertele comerciale la situarea geografică a persoanei în funcție de magazinele aflate în proximitate.

Multe dintre aceste oferte comerciale au mari șanse de succes, pentru că ele constituie tot atâtea tentații legate

---

[1] Nume dat analizei comportamentului și profilului cumpărătorilor.

de pasiunile noastre, de dorințele noastre, de ce anume ne interesează sau de ușurința cu care noi putem avea acces la ele, toate acestea fiind de-acum bine cunoscute.

Datele din cardul de sănătate, privind serviciile de sănătate, sunt pentru moment relativ bine protejate. Dar diverse obiecte conectate (brățări, ceasuri...) permit unor prestatori care nu sunt obligați să respecte secretul medical să dispună de date pe care ulterior le pot exploata din punct de vedere comercial. De exemplu, tot mai multe persoane își supraveghează diferiți parametri corporali (activitate – deplasări, mișcări – de-a lungul zilei, greutate, masa corporală, caloriile consumate și cele cheltuite, tensiunea arterială, ritmul cardiac, periodicitatea, durata și calitatea somnului etc.) cu ajutorul unor aplicații de pe smartphone sau calculator, care sunt apoi transmise unor prestatori, sub pretextul sintetizării și analizării lor, dar care pot fi ușor exploatate de ei. Google a lansat recent o funcție care permite internauților să-și identifice boala după simptomele introduse de ei în bara de căutare. Gigantul american propune în acest caz scheme de tratament de automedicație. E vorba aici nu doar de preluarea unei părți din beneficiile obținute prin vânzarea acestor tratamente, dar și de strângerea în acest mod a unui maxim de date negociabile referitor la sănătatea persoanelor care au naivitatea să-i încredințeze aceste informații intime și confidențiale.

Diverse date permit firmelor de servicii să facă previziuni în interes propriu. *Visa*, una dintre principalele firme de carduri bancare, merge până acolo încât calculează riscul de divorț prin analiza comportamentului în materie de cumpărare al aderenților săi. Companiile de asigurări sunt interesate să obțină toate datele clienților lor poten-

țiali, referitor la nivelul de viață, la stabilitatea locului de muncă sau la sănătatea lor (așadar la antecedentele și tratamentele medicale, la obișnuințele alimentare și la sporturile practicate), în funcție de care acceptă sau nu asigurarea lor, variind taxele de asigurare în funcție de riscurile astfel stabilite. La fel procedează și băncile când e vorba de acordarea creditelor.

Nu sunt decât câteva elemente care arată felul în care noile media permit un control economic al indivizilor, cu o putere la care nu ar fi putut ajunge altădată.

Pentru firmele Big Data care administrează aceste date, indivizii nu sunt decât un ansamblu de date digitale care pot fi exploatate din punct de vedere economic, mai exact clone digitale, dotate cu identitate proprie, dar lipsite de orice dimensiune umană și personală.

EXPUNEREA DE SINE, PIERDEREA PUDORII ȘI A SIMȚULUI INTIMITĂȚII

Abolirea distanței dintre viața privată și viața publică nu este doar un fapt generat de state și de marile corporații economice care gestionează Big Data. Ea este generată de asemenea de persoanele înseși, în cadrul unui proces în care noile media oferă un teren propice pentru exprimarea și dezvoltarea unor anumite dispoziții psihologice și spirituale.

Urmând lui Guy Debord[1], un mare număr de analiști a constatat că societatea noastră a devenit, în diversele ei sfere, „o societate a spectacolului", în care reprezentarea primează în fața realității, iar aparența este mai importantă decât existența. Așa că s-a instaurat în societatea noastră

[1] *La Société du spectacle*, Buchet/Chastel, Paris, 1967.

o adevărată „tiranie de a se produce în public".[1] Chiar cei care în societate ocupă funcții vizibile și au o notorietate asigurată – prin poziția lor socială ori prin creațiile lor în domeniul intelectual sau cultural – se folosesc din plin de noile media pentru a fi cât mai prezenți posibil pe acest plan, în virtutea unui principiu stabilit mai nou, și anume că lucrul pe care îl faci nu e real și valoros decât dacă e cunoscut, altfel spus dacă se vorbește de el și dacă e expus și văzut. De-acum, măsura notorietății o dă numărul de pagini web pe care ești prezent, numărul de „prieteni" sau de *like*-uri pe Facebook, numărul de *followers* pe Twitter.

Ușurința cu care oricine poate să-și creeze o pagină personală sau un blog pe Internet, sau, și mai mult, o pagină de Facebook ori un cont Twitter, a favorizat expunerea de sine în toate formele posibile și a permis oricărui anonim să se prezinte unui public mai mult sau mai puțin larg, dobândind în felul acesta impresia că a ajuns cunoscut.

Când e vorba de unul care n-a făcut nimic remarcabil, se manifestă nevoia de a se face remarcat cu orice preț. Iar unul dintre principalele mijloace de a atrage atenția este acela de a prezenta comportamente deviante sau transgresive, ori de a-și expune intimitatea psihică sau fizică curiozității sau voyeurismului unor potențiali spectatori.

Ușurința cu care fiecare vorbește pe noile media despre chestiuni personale, altădată trecute sub tăcere, din respect de sine, din pudoare sau pentru a nu se face de rușine, arată cât de mult s-a pierdut simțul intimității și cât de mult s-au șters limitele dintre sfera privată și cea publică; iar toate acestea sunt legate de o pierdere a simțului moral, a simțului tainei care ține de profunzimea și specifici-

[1] A se vedea G. Bonnet, *La Tyrannie du paraître*, Eyrolles, Paris, 2013.

tatea cu neputință de comunicat a fiecărei persoane, inclusiv a propriei persoane.

Acestea se observă și în folosirea, azi generalizată, a telefoanelor mobile în spațiile publice, unde fiecare vorbește cu voce tare despre cele mai diverse chestiuni, fără să se jeneze câtuși de puțin de faptul că cei din jur îl aud sau că în felul acesta invadează spațiul personal al altora.

Noile media au favorizat nu doar expunerea, ci supra-expunerea de sine, care se caracterizează prin înfățișarea de bunăvoie sau consimțită a intimității proprii, unui public oarecare, fără nici o rezervă. Această „intimitate supra-expusă"[1] răspunde exigenței de transparență totală impusă de societățile occidentale moderne, dar și unei culturi a narcisismului dezvoltată de aceste societăți.

După cum bine a arătat filosoful american Christopher Lasch, această cultură a narcisismului a invadat toate sferele societății[2], iar noile media i-au furnizat un sprijin prețios.

Ceea ce psihanaliza numește narcisism este una dintre formele de „filautie" (sau iubire egoistă de sine), privită de spiritualitatea creștină răsăriteană drept una dintre patimile fundamentale ale ființei umane, maica tuturor celorlalte patimi, având din această cauză cele mai rele urmări asupra persoanei, după cum vom vedea în chip amănunțit în cele ce urmează.

---

[1] A se vedea S. TISSERON, *L'Intimité surexposée*, Eyrolles, Paris, 2013.

[2] *La Culture du narcissisme*, Flammarion, Paris, 2008.

IX

NEGAREA TRUPULUI ȘI ALTERAREA SĂNĂTĂȚII SALE

„Iar dacă va fi ochiul tău rău,
tot trupul tău va fi întunecat"
(*Matei* 6, 23)

TRUPUL ESTE DAT LA O PARTE

După cum am văzut mai înainte referitor la relațiile cu celălalt, unul dintre efectele noilor media, oricare ar fi ele, este – în afară de mobilizarea organelor senzoriale și a degetelor (pe tastatură, pe *touchpad*, pe *joystick* sau pe telecomandă...) – faptul că trupul este dat la o parte, supus inactivității și, mai mult sau mai puțin, izolării și unei stări de absență față de propria persoană și față de celălalt.

În toate cazurile (cu excepția telefonului mobil), *homo connecticus* stă nemișcat într-un loc și uită de trup. În majoritatea cazurilor, se izolează de ceilalți pentru a se dedica activității sale. Iar când intră în relație cu alții, cel mai adesea trupul său nu ia deloc parte.

Faptul că propriul trup nu este văzut de ceilalți și nici trupul celorlalți nu este văzut nu este impus doar de natura noilor media, ci corespunde unei dorințe, mai mult sau

mai puțin conștiente, de a scăpa, de a se feri de privirea celorlalți sau de a nu se confrunta cu existența lor reală, marcată de prezența fizică a trupului lor. Ca urmare, multor oameni le este mai ușor să comunice cu ceilalți dacă nu îi au în fața lor, în carne și oase, cu trupul și chipurile lor, neînțelegând că această fugă de sine și de ceilalți este în fond o atitudine nevrotică.

Isaac Asimov a avut premoniția acestei stări de descărnare atunci când, în romanul său *Soarele gol*, i-a înfățișat pe locuitorii planetei Solaria înțepeniți în casele lor, în fața calculatoarelor, fără nici o legătură fizică între ei, cuprinși de angoasă sau chiar de panică atunci când o întâlnire îi silea să se vadă în carne și oase.

Philippe Breton se întreabă: „Noul cult al virtualului nu înseamnă oare un mod de a ne lua «rămas bun de la trup» ca rădăcină identitară a omului, pe care David Le Breton îl descrie și îl denunță cu atâta forță?"[1]

Acesta din urmă – care constată la modul general că „s-a impus o religiozitate a mașinii pe fondul unei denigrări a omului și al unui dispreț pentru condiția corporală care îi este inerentă"[2] – arată cum, pentru utilizatorul noilor media, trupul devine pe de o parte un obiect care nu face altceva decât să ne încurce și să ne perturbe activitatea prin exigențele sale fiziologice, și, pe de altă parte, prin jocul travestirilor și așadar al metamorfozelor, un soi de făptură fărâmițată, care-și pierde identitatea:

> Navigarea pe Net sau în realitatea virtuală le creează internauților sentimentul de a fi încorsetați într-un trup stân-

---

[1] *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?*, La Découverte, Paris, 2000, pp. 10-11. Referință la D. LE BRETON, *L'Adieu au corps*, Métaillé, Paris, 1999.

[2] *L'Adieu au corps*, Métaillé, Paris, 1999, p. 190.

jenitor și nefolositor, care trebuie hrănit, îngrijit, întreținut ș.a.m.d., și că viața le-ar fi mai fericită fără toate aceste tracasări. Comunicarea fără chip, fără trup, favorizează identitățile multiple, fragmentarea subiectului angajat într-o serie de întâlniri virtuale, în care își ia de fiecare dată alt nume, adică o vârstă, un sex și o profesie alese toate potrivit circumstanțelor. Cybercultura este adesea descrisă de adepții ei ca o lume minunată deschisă unor mutanți, care inventează un nou univers, acest paradis fiind în mod necesar lipsit de trupuri.[1]

NOILE MEDIA, FACTORI DE RISC PENTRU SĂNĂTATE

Efectele negative ale noilor media asupra sănătății i-au condus pe doi pediatri americani la concluzia care însă poate fi extinsă și la adulți: „Media trebuie să fie recunoscute ca o problemă majoră de sănătate publică."[2]

În studiul său *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, Michel Desmurget subliniază caracterul deosebit de patogen pentru corpul uman al televiziunii, făcând următoarea introducere la capitolul intitulat „Televiziunea, o amenințare pentru sănătate":

> Imaginați-vă o substanță recreativă care, odată înghițită, crește considerabil tendința spre obezitate, tabagism, alcoolism, insomnie, sinucidere, comportamente sexuale riscante și comportament alimentar dezordonat (anorexie/bulimie). Ați lăsa oare să pătrundă în căminul vostru o astfel de substanță? Ați accepta ca să fie copiii voștri supuși in-

[1] *Ibid.*, p. 18.

[2] D.A. Christakis și F.J. Zimmermann, «Media as a Public Health Issue», *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 160, 2006, p. 445.

fluenței ei? Tare mă îndoiesc! Dacă nu mă înșel în această privință, atunci e limpede că o majoritate zdrobitoare de spectatori constanți și de părinți devotați nu realizează deplin marele grad de toxicitate al micului ecran. Într-adevăr, zeci de studii arată cu o terifiantă regularitate că între acest mic ecran și substanța recreativă amintită mai sus nu poate fi stabilită nici o diferență. Televiziunea nu este o formă anodină de petrecere a timpului liber. Ea constituie o problemă de sănătate majoră.[1]

DIMINUAREA ACTIVITĂȚII FIZICE

Efectele patogene ale noilor media asupra corpului se datorează în primul rând faptului că aceste media reduc considerabil activitatea fizică a celor care rămân zilnic multe ore țintuiți în fața ecranului.

Rezultatele nefaste ale sedentarismului au fost în mod abundent subliniate de presa medicală în decursul ultimelor decenii, în care s-a petrecut, în ceea ce privește un mare număr de profesii – mai ales din cauza sporirii sectorului servicii – o reducere importantă a activității fizice legate de munca propriu-zisă, pe care dezvoltarea activităților sportive o compensează doar parțial.

Corelarea dintre timpul petrecut în fața televizorului și creșterea riscurilor cardio-vasculare a fost pusă în evidență de diverse studii[2], ale căror rezultate pot fi extinse

[1] *Op. cit.*, pp. 187-188.

[2] A se vedea mai ales K. Windaele, G.N. Healy, D.W. Dunstan, A.G. Barnett, J. Salmon, J.E. Shaw, P.Z. Zimmet, N. Owen, «Increased Cardiometabolic Risk is Associated with Increased TV Viewing Time», *Medicine and Science in Sports and Exercise*, 42, 2010, pp. 1511-1518. Riscul de decese suplimentare este de ordinul a 13% pentru o expunere medie (între 2 și 4 ore pe zi) și de 43% pentru o expunere intensă (peste 4 ore).

în ce privește noile media – jocuri video, Internet... –, care implică o imobilitate aproape completă a corpului în fața ecranelor un timp îndelungat.

Faptul că ochii privesc țintă pe ecran și că pleoapele rămân multă vreme imobile generează de asemenea diverse patologii oculare, începând cu uscăciunea și iritarea ochilor pe care le produc, până la tulburări de focalizare, însoțite de oboseala cerebrală produsă de eforturile care se fac pentru compensarea lor.

Dezvoltarea „căminului inteligent" (*home automation*) și a comerțului *on line* sunt și ele cauze ale reducerii activității corporale, dăunătoare pentru sănătate, pentru că primul lipsește persoanele, care deja sunt puțin active, de măcar câteva mișcări prin casă de care ar putea benefica corpul, iar al doilea, ieșirile și mersul pe jos pe care le implică cumpărăturile din magazin. Spectacolele vizionate la domiciliu, prin intermediul televiziunii sau al Internetului, îi țin de asemenea pe oameni imobilizați în casele lor.

DEGRADAREA OBIȘNUINȚELOR ALIMENTARE, BULIMIE ȘI OBEZITATE

Activitățile pe ecran (televiziune, jocuri video, Internetul...) au de asemenea efecte supărătoare referitor la obișnuințele alimentare: se mănâncă la ore neregulate, hrana e de tip *fast food*, negătită – pentru a întrerupe cât mai puțin activitatea în curs de desfășurare –, alimentația nu este echilibrată; la toate acestea se adaugă, în ceea ce-i privește mai ales pe telespectatori, „ronțăitul" des – care, conform statisticilor, ocupă 15% din timpul petrecut în fața televizorului – de produse în general pline de calorii

(pop-corn, chipsuri, biscuiți, dulciuri...) și consumul de băuturi la fel de pline de calorii (sucuri carbogazoase și tot felul de alte băuturi dulci pentru copii, iar pentru adulți, și uneori chiar pentru adolescenți, bere și multe alte băuturi alcoolice).

Acest mod de hrănire capătă forma unei bulimii inconștiente, deoarece este mașinală. Unul dintre efecte este obezitatea, favorizată în mod corelativ de lipsa de mișcare.

Asiduitatea în fața ecranelor nu este, desigur, singura cauză a obezității, dar contribuie mult la apariția ei, și de aceea se poate spune că „pe cât un spectator este mai devotat postului său, pe atât de multe șanse are să fie supraponderal."[1]

Obezitatea legată de factorii amintiți anterior[2] îi afectează în primul rând pe copii, dar ea se repercutează asupra vârstei adulte în măsura în care adulții își continuă comportamentele greșite care o cauzează. Diverse patologii (ca hipertensiunea – cu riscul de accident vascular cerebral –, diabetul, artroza, colesterolul crescut, apneea din timpul somnului, tulburările endocrine sau anumite forme de cancer, fără a uita de tulburările psihice legate de subestimarea de sine) decurg din obezitate, cu un risc sporit de mortalitate de 50 la 80%.[3]

---

[1] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 213. În această carte se va găsi, la paginile 190-214, o lungă analiză, bine documentată și cu cifre precise, asupra legăturii dintre obezitate și televiziune, precum și patologiile asociate.

[2] Factorii genetici ai obezității sunt minimi în raport cu factorii legați de supra-alimentație și lipsa de activitate fizică.

[3] Privind legătura dintre obezitate, televiziune și aceste patologii, a se vedea analizele bine documentate și bazate pe cifre exacte în studiul lui M. Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 190-213.

ALCOOLISM ȘI TABAGISM

În studiul său *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, Michel Desmurget acordă un spațiu larg alcoolismului[1] și tabagismului[2], care au, bineînțeles, consecințe grave asupra sănătății. Ambele sunt favorizate de televiziune pe două planuri diferite. Pe de o parte, starea pasivă a telespectatorului oferă un teren favorabil consumului de tutun și de băuturi alcoolice; băutul și fumatul, ca și „ronțăitul" amintit mai sus, se fac în mare parte în mod automat și inconștient. Pe de altă parte, canalele de televiziune fac reclamă pentru alcool și țigări, care are un impact puternic asupra adolescenților și condiționează în mare măsură practicile pe care le vor adopta la vârsta adultă. În unele țări (de exemplu cele din Uniunea Europeană), publicitatea propriu-zisă este interzisă (în ceea ce privește tutunul) sau restrictivă (în ceea ce privește băuturile alcoolice'), dar sunt destule filme sau seriale care promovează în mod indirect aceste produse, banalizându-le[3], înfățișând personajele pe care tinerii telespectatori le consideră eroi și modele vrednice de urmat, ca pe niște consumatori în mod regulat de asemenea produse; sau înfățișând consumarea lor ca semne de bărbăție ori de integrare în societate, numai bune de imitat.

Din punct de vedere statistic, un studiu american a arătat că fiecare oră petrecută în fața televizorului de un

---

[1] *Op. cit.*, pp. 230-247.

[2] *Op. cit.*, pp. 214-229.

[3] Un studiu realizat de J.R. POLANSKY și S. GLANZ privind 479 filme produse în Statele Unite între 1999 și 2005 a repertoriat aproape 2700 de scene în care se fumează (*First-Run Smoking Presentations in US Movies 1999-2006*, Center for Toacco Control Research and Education, University of California, San Francisco, aprilie 2007).

adolescent de 14 ani crește cu 10% probabilitatea ca el să se apuce de băut în următoarele 18 luni.[1] În ceea ce privește fumatul, un studiu efectuat asupra unui grup de copii între 9 și 12 ani a arătat că 35% dintre ei au început să fumeze influențați de exemplele oferite de filme sau seriale;[2] un alt studiu a dat la iveală în această privință un procentaj de 52% pentru preadolescenți (ai căror părinți sunt nefumători) cu vârste cuprinse între 10 și 14 ani.[3]

Nu vom stărui asupra acestui subiect pentru că el privește în mod specific televiziunea (sau la substitutele sale pentru difuzarea de filme și seriale), mai ales pentru motivul că celelalte media nu lasă mâinile libere pentru consumul de acest gen și nu sunt supuse în același mod publicității.

TULBURĂRI DE SOMN

Unul dintre efectele cele mai evidente asupra corpului, produse de folosirea noilor media (firește, cu o incidență psihică), este cel al tulburărilor de somn.

Putem asocia de la bun început tulburărilor propriu-zise o reducere a timpului de somn necesar (în funcție de vârstă), generat de o utilizare a noilor media nu neapărat adictivă, deoarece această reducere poate fi produsă pur

---

[1] T.N. Robinson, H.L. Chen, J.D. Killen, «Television and Music Video Exposure and Risk of Adolescent Alcohol Use», *Pediatrics*, 102, 1998, p. 3.

[2] L. Titus-Ernstoff, M.A. Dalton, A.M. Adachi-Mejia, M.R. Longacre, M.L. Beach, «Longitudinal Study of Viewing Smoking in Movies and Initiation of Smoking by Children», *Pediatrics*, 121, 2008, p. 15.

[3] M.A. Dalton, J.D. Sargent, M.L. Beach, L. Titus-Ernstoff, J.J. Gibson, M.B. Ahrens, J.J. Tickle, T.F. Healtherton, «Effect of Viewing Smoking in Movies on Adolescent Smoking Initiation: A Cohort Study», *Lancet*, 362, 2003, p. 281.

și simplu de dorința de a urmări până la sfârșit o emisiune care a început la sfârșitul serii, de a duce la bun sfârșit o căutare pe Internet, făcută mai târziu, sau de grija de a încheia corespondența de zi cu zi prin mail sau SMS. Pe plan cantitativ însă, tulburări mai grave pot fi provocate de dependențe care țin de media, de exemplu dependența de *chat*-uri (discuții în direct) sau de jocurile video care, atunci când sunt *on line*, îi fac pe unii tineri să stea treji toată noaptea, cu consecințe grave pentru activitatea de a doua zi, dacă aceasta este școlară sau profesională.

Tulburările calitative ale somnului se manifestă la majoritatea utilizatorilor activi ai noilor media, în special a celor cu ecran; aceștia adorm cu greu, se trezesc des noaptea și le e greu să adoarmă din nou, fapt care produce o stare de oboseală în dimineața următoare, resimțită adesea în tot timpul zilei.

Cauzele sunt diverse.

Să notăm în primul rând faptul că somnul comportă o serie de cicluri. Dacă se ratează primul ciclu, adică dacă el nu începe prin a adormi, atunci adormirea este amânată pentru ciclul următor. Această ratare devine frecventă prin faptul că markerii fiziologici care induc starea de somn sunt dezechilibrați de determinant mai puternic: sfârșitul filmului sau al emisiunii de la televizor, sau al secvențelor de activitate pe Internet sau pe rețelele de socializare.

În al doilea rând, de asemenea pe plan natural, starea de somn este legată de o scădere a luminozității, or atenția îndreptată către un ecran luminos se opune acestui proces și-l ține treaz pe internaut (când e vorba de telespectator, acesta este mai puțin afectat, pentru că nu stă atât de aproape de ecran).

În al treilea rând, relația cu noile media, atunci când este activă (mai mult în cazul calculatoarelor decât al televiziunii), menține treze atenția și celelalte facultăți.

În al patrulea rând, mișcarea conținutului de pe Internet, discontinuitatea și caracterul nestructurat al fluxului produc în psihic o anumită dezordine care perturbă somnul, așa încât perioadele de trezie pe care acesta le comportă devin agitate, ceea ce compromite adormitul din nou.

În al cincilea rând, însuși conținutul propriu-zis, atunci când comportă scene care provoacă emoții sau rănesc sensibilitatea, va avea efecte perturbatoare, mai ales la copii. Michel Desmurget spune astfel: „Cu cât un copil se uită mai mult la televizor, cu atât mai mult există riscul ca el să prezinte nopți agitate, parasomnii, crize de angoasă, dificultăți de adormire, refuzul de a merge la culcare, coșmaruri și/sau dese treziri din somn."[1]

OBOSEALĂ ȘI STRESS

Reducerea duratei de somn sau proasta lui calitatea induce o stare de oboseală care se adaugă la oboseala psihică și intelectuală legată de însăși folosirea noilor media (asupra cărora vom reveni în cele ce urmează) și care are repercusiuni asupra corpului. Acesta, dacă nu este redinamizat printr-o muncă fizică sau prin activități sportive, poate ajunge într-o stare de astenie.

Corpul suportă și el stress-ul provocat de folosirea noilor media, iar lucrul acesta se manifestă prin diverse tulburări fiziologice.

---

[1] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 267.

X

PRIMATUL VIRTUALULUI ASUPRA REALULUI

„Timpul nostru iubește mai mult imaginea decât
lucrul în sine, copia mai mult decât originalul,
reprezentarea mai mult decât realitatea,
aparența mai mult decât esența...
Pentru el, iluzia este sacră, iar adevărul, profan"
(Feuerbach, *Esența creștinismului*)

„Când fantoma devine reală,
realul devine fantomatic"
(Günther Anders, *L'obsolescence de l'homme*)

Caracteristica majoră a noilor media este faptul că ele instituie, atât în obiectele pe care le difuzează, cât și în relațiile pe care le stabilește, o realitate virtuală care dedublează realitatea, o depășește și sfârșește prin a-i lua locul.

În percepția lui *homo connecticus*, imaginea lumii a devenit mai importantă decât realitatea lumii.

IMAGINEA, PRIMA SERVITĂ

O schimbare majoră produsă de noile media în felul în care oamenii văd lumea este foarte marea importanță acordată imaginii.

Această schimbare a fost inițiată cu mai multe decenii în urmă în mijloacele de informare în masă tipărite (ziare, săptămânale, reviste), care au înmulțit fotografiile și au introdus din ce în ce mai mult fotografii frapante, chiar șocante, care a dat naștere unui slogan publicitar caracteristic, adoptat de un cunoscut săptămânal francez: „Forța cuvintelor, șocul fotografiilor".

În paralel, imaginea a dobândit un loc din ce în ce mai mare în viața cotidiană, devenind un mijloc privilegiat pentru publicitate, care a invadat toate celelalte media, dar și tot ce este în jurul nostru, fie în orașe sau în împrejurimile lor, fie de-a lungul drumurilor de țară.

Imaginea a devenit apoi obiectul principal al televiziunii, care a invadat toate căminele. Dar ea a dobândit de asemenea un loc important în toate noile media (Internet, rețele de socializare, MMS-uri etc.), fiind vehiculată de calculatoare, tablete sau telefoane inteligente.

S-a scris mult despre puterea particulară a imaginii și despre capacitatea ei de a impune un mesaj mult mai ușor și cu o mai mare forță decât cuvintele.

Această putere specială e generată de doi factori principali: în primul rând, faptul că ea se adresează văzului, cel mai receptiv și mai sensibil dintre toate simțurile; în al doilea rând, faptul că ea are o aptitudine particulară de a provoca emoții, atașamente sau sentimente, și de a suscita dorință sau repulsie. După cum a subliniat Pascal mult

înaintea tuturor specialiștilor în comunicare, puterea de convingere face mai puțin apel la rațiune, cât la imaginație și la sensibilitate[1], și o imagine emoționantă produce adeziune mai mult decât cel mai bine gândit și formulat argument rațional.

Agențiile publicitare au înțeles imediat beneficiul pe care-l puteau obține din această putere a imaginilor. Media au folosit-o de asemenea pentru a crește numărul de cititori sau de spectatori. Iar diversele instituții interesate în orientarea opiniei publice și în manipularea maselor au știut și ele să le exploateze în folosul lor.

Puterea de reacție sau de acțiune obținută prin imagine este cu atât mai mare cu cât imaginea însăși poate fi definită potrivit cu ceea ce se urmărește prin prezentarea ei. Momentul pozei și unghiul din care este făcută permit deja în foarte mare măsură orientarea felului în care va fi percepută realitatea pe care ea o reprezintă; tot așa, selectarea unui anume fapt sau a unui personaj anume din cadrul unui eveniment, întotdeauna complex prin însăși natura lui. Pentru un film (reportaj sau documentar), scenariul permite dinainte alegerea planurilor sau a interlocutorilor, iar montajul, la un al doilea nivel, permite și el reținerea anumitor elemente și eliminarea altora, dând astfel cu ușurință informației orientarea dorită. Soft-urile de prelucrare a imaginii (Photoshop și altele) permit retușarea după cum se voiește a unor imagini (înfrumusețându-le sau urâțindu-le) până la a le truca (adăugând sau eliminând personaje sau elemente din mediul înconjurător, de exemplu); imaginile contribuie astfel la impu-

[1] Cf. *Pensées*, ediția Brunschvicg, nr. 82 [tr. rom. de Maria și Cezar Ivănescu, în: PASCAL, *Cugetări*, Ed. Aion, 1998, pp. 65-69 – *n. trad.*].

nerea unei anumite viziuni şi concepţii despre persoanele şi faptele reprezentate, la suscitarea emoţiilor, sentimentelor, dorinţelor sau opiniilor dorite/scontate.

Dar importanţa acordată imaginii până la a o face să apară ca mai valoroasă decât realitatea pe care o reprezintă nu se constată doar la nivelul acestor media difuzoare de imagine; ea poate fi văzută acum în viaţa cotidiană a fiecărui adept al digitalului. Uşurinţa cu care oricine poate produce imagini, nu doar cu aparate foto şi camere de filmat, ci şi cu tablete şi mai ales cu telefoane inteligente – o uşurinţă nu doar de natură tehnică (utilizarea este simplă), ci şi practică (aparate uşoare, întotdeauna la îndemână) şi economică (imaginile digitale nu costă nimic) – a condus la proliferarea fotografiilor în viaţa cotidiană. Fără a vorbi de practica *selfie*-urilor, prin care individul îşi manifestă într-un mod iraţional nevoia de cât mai multe fotografii cu propria persoană, în general *homo connecticus* simte nevoia să fotografieze oricare situaţie în care se găseşte. Ceea ce contează pentru el nu mai este momentul trăit, natura înconjurătoare, persoanele de lângă el sau chiar mâncarea din farfuria pe care o are înainte, ci captarea lor digitală. Bulimia sa fotografică nu mai are justificarea pe care o avea odinioară pasiunea pentru fotografie, care era scoasă pe hârtie, lipită într-un album răsfoit din când în când în familie, spre aducerea-aminte de marile şi frumoasele momente din trecut. Inflaţia de imagini digitale este într-atât de mare, încât nimeni nu are timp să se mai uite vreodată la ele – dacă sunt salvate pe un suport independent, de pe care de altfel sunt şterse şi înlocuite cu altele, pentru că nu mai există loc pentru toate. Adesea, ele se fac pentru a fi trimise altora („şeruite", cum se spune

în limbajul folosit pe Facebook), dar cu acești „prieteni" și „*followers*" inundați de valul imaginilor primite din toate părțile[1], soarta lor rămâne la fel de efemeră.

Important acum este că ai făcut o fotografie și ai postat-o pe Facebook sau pe Twitter, nu că ai trăit un anume moment și ți-a plăcut ceva anume. Și acesta este un lucru neliniștitor. Mai înainte de a adăsta o clipă ca să contemplăm un peisaj, îl fotografiem, iar odată fotografiat, nu ne mai interesează, pentru că ni se pare că în felul acesta ni l-am însușit. Fotograful digital nu mai trăiește realitatea decât sub forma reprezentării și a difuzării ei necontenite, altfel spus el se sustrage în permanență din lumea reală și se cufundă într-una fantomatică.

Prin faptul că pun reprezentarea lumii la dispoziția lui *homo connecticus*, noile media îi anesteziază dorința de a descoperi lumea și de a o experia în mod concret. Sub pretext că-i îmbogățesc viața, de fapt i-o sărăcesc și-i mărginesc tărâmul libertății, pe care declară sus și tare că-l extind.

De ce-am mai dori să facem drumuri lungi, ostenitoare, primejdioase și costisitoare până în cele mai îndepărtate colțuri ale lumii, când, fără să ne mișcăm de pe fotoliul nostru, filmele de la televizor sau de pe Internet ni le aduc și ni le pun în fața ochilor? Ce rost mai are să-ți dorești să mergi la un muzeu și să stai la o coadă lungă, când Google, cu aplicația sa ArtProject, îți pune înainte pe dată, cu un simplu clic, aproape 40.000 de capodopere din lumea întreagă, redate cu cea mai mare fidelitate?

Dar aici se vede limpede simulacrul, iluzia, înșelătoria: din ce ți se înfățișează lipsește adevărata mărime a pânze-

---

[1] În 2015, pe Instagram, aplicația pentru fotografii din Facebook, 300 de milioane de utilizatori activi afișau în fiecare zi 70 de milioane de imagini (*Le Monde*, 10 aprilie 2015).

lor, lipsesc culorile reale, nu poți să te apropii sau să te depărtezi de ele, ca să le vezi din diferite unghiuri; lipsește mai cu seamă emoția pe care o oferă întâlnirea cu o operă de artă în locul cuvenit, menit contemplării ei. Privitorul nu se mai află într-un muzeu, unde are în fața ochilor opere originale, ci i se pune înainte un ansamblu (mai bine zis o suită) de copii care seamănă cu cele realizate în serie de un falsificator, și chiar mai nereușite de acelea, pentru că sunt reduse la dimensiunile (sau în cazul sculpturilor la suprafața plană) a unui ecran.

PRIMATUL VIRTUALULUI ASUPRA REALULUI

Prin ușurința de a produce, de a manipula și de a difuza imagini, și prin importanța care li se acordă, noile media au înființat o lume virtuală paralelă cu lumea reală, cu o mai mare forță.

Această situație a fost bine sesizată încă de acum patruzeci de ani de către cei care au reflectat asupra mijloacelor de informare în masă, în mod deosebit de Guy Debord, în celebrul său eseu *La société du spectacle*, care începe prin a constata: „Întreaga viață a societăților în care domnesc condițiile moderne de producție se prezintă ca o imensă acumulare de spectacole. Tot ce se trăia în mod direct s-a pierdut într-o reprezentație."[1] Acest spectacol, această reprezentare a lumii care dublează lumea și în final o înlocuiește, este în principal constituită din imagini: „Spectacolul nu poate fi înțeles ca abuzul unei lumi a văzului, ca produsul tehnicilor de difuzare masivă a imagi-

[1] *La Société du spectacle*, ed. a treia, Gallimard, Paris, 1992, §1.

nilor. El este de fapt mai degrabă o *Weltanschauung*[1] devenită efectivă, manifestată în mod material. Este o viziune asupra lumii care s-a obiectivizat."[2] Această lume ireală a spectacolului nu este neutră, ea reflectă în mod global orientările societății și, în lumea occidentală modernă, are o finalitate esențialmente politică și mai ales economică, dacă admitem că în această lume politicul este dominat de economic: „Spectacolul, gândit în totalitatea sa, este deopotrivă rezultatul și proiectul modului de producție existent. El nu este un supliment al lumii reale, un ornament cu care e împodobită. El este centrul irealismului societății reale. Sub toate formele sale particulare – informație sau propagandă, publicitate sau consum direct de divertismente –, spectacolul constituie modelul actual al vieții sociale dominante. Spectacolul este afirmarea omniprezentă a alegerii deja efectuate la nivel de producție și încheierea ei firească. Forma și conținutul spectacolului sunt în mod identic justificarea totală a condițiilor și a scopurilor sistemului existent."[3] Societatea spectacolului, subliniază Debord, constituie o lume ireală, formată din aparențe, care este o negare a realității înseși, adică a adevăratei vieți: „Privit potrivit propriilor săi termeni, spectacolul este afirmarea aparenței și afirmarea întregii vieți umane, adică sociale, drept o simplă aparență. Dar critica care surprinde adevărul spectacolului îl descoperă ca pe o negare vizibilă a vieții; ca o negare a vieții care a devenit vizibilă."[4] Spectacolul devine un soi de ideal și de normă morală: „Spectacolul se prezintă ca o enormă pozitivitate

[1] Cuvânt din limba germană, care înseamnă „viziune asupra lumii".
[2] *Op. cit.*, § 5.
[3] *Ibid.*, § 6.
[4] *Ibid.*, § 10.

indiscutabilă și inaccesibilă. El nu spune nimic altceva decât acest lucru: «ce se vede e bun, ce e bun se vede».”[1] Societatea spectacolului creează o dublă iluzie: ea face ireal ceea ce este real și face să apară drept real ceea ce este ireal: „Acolo unde lumea reală se schimbă în simple imagini, simplele imagini devin făpturi reale și motivații eficiente pentru un comportament hipnotic.”[2]

Critica lui Debord se situează în mișcarea marxistă și este puternic influențată de Feuerbach. Limitele sale constau în faptul că rămâne concentrată pe domeniul economic – bine rezumat de axioma „Spectacolul își are rădăcina într-o economie devenită abundentă”[3]; de fapt, înlocuirea prin media moderne a realității cu reprezentarea (în principal imaginea) realității afectează toate sferele societății – economică, politică, religioasă... – și de asemenea sfera individuală, deoarece noile media au favorizat reprezentarea și punerea în scenă a propriei persoane și crearea de către oricine a unui personaj care este o dublură a persoanei sale și i se substituie.

Televiziunea a contribuit mult la constituirea unei lumi în care realitatea ne este dată s-o vedem ca spectacol, iar spectacolele, plăsmuite și născocite, ne sunt date să le vedem ca realități.[4]

De o manieră generală, televiziunea implică o îndepărtare de real, deși pretinde că-l prezintă, pentru că – după cum notează Liliane Lurçat – „ea nu este lumea, ci o ilu-

[1] *Ibid.*, § 12. *Ibid.*, § 58.

[2] *Ibid.*, § 18.

[3] *Ibid.*, § 58.

[4] Lumea fantomatică a televiziunii și efectele sale perverse privind relația cu realul au fost analizate și criticate de manieră radicală din 1965 de G. Anders, *L'Obsolescence de l'homme*, vol. 1, *Sur l'âme à l'époque de la deuxième révolution industrielle*, trad. fr., Ivréa, Paris, 2002, pp. 117-241.

zie a lumii, din care nu se văd decât imagini".[1] Prin intermediul ei, noi nu la lume ajungem, ci la o transpunere a lumii.[2] Problema este că imaginea, prin forța care îi este proprie – mai ales prin faptul că ea creează impresia că simțul văzului este în acțiune tocmai pentru a percepe direct și pentru a „constata"[3] ceea ce este – dă spectatorului falsa impresie că are în mod direct acces la realitate. După cum notează Liliane Lurçat, acest „raport mediatizat cu realul favorizează obișnuința de a crede în loc de a analiza și a căuta să înțelegi: imaginea poartă în sine propria credibilitate, fără să mai fie necesară referința la vreo realitate exterioară".[4]

Și nu e vorba doar de popularele emisiuni de tip *reality show*, care aduc în fața ochilor o realitate amplu regizată dinainte, dar și în faza de post-producție. Însuși felul în care este concepută informația, care ar trebui să fie în mod aprioric mai serios, tinde de asemenea, într-o anumită măsură, să prezinte realitatea ca un spectacol. Nu numai că se preferă evenimentele cele mai spectaculoase (care nu sunt întotdeauna cele mai importante sau cele mai semnificative), dar se folosesc și procedee de punere în scenă. Uneori se cedează ispitei de a le truca, iar voința de manipulare (în principal politică) se manifestă adesea. Se întâmplă să avem de-a face cu evenimente inventate, sau un pseudo-eveniment (cum ar fi o lansare de produs) ajunge să ocupe mai mult spațiu decât ce-

[1] *Des enfants volés par la télévision*, François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, p. 135.

[2] *Ibid.*, pp. 134-135, 147. *Ibid.*, p. 148.

[3] Cuvânt care, potrivit etimonului latin *constat* = este sigur, trimite la ideea de încredințare că ceea ce se constată este real, adevărat și sigur – *n. trad.*

[4] *Ibid.*, p. 148.

ea ce este în mod real un eveniment. În toate cazurile, evenimentele sunt transformate în cadrul reportajelor, fie că sunt amplificate, fie că sunt minimalizate. Căutarea noutății și a spectaculosului face ca foarte des, despre evenimente care în ziua precedentă dețineau primul loc la știri, pur și simplu să nu se mai vorbească a doua zi, pentru că s-au ivit altele noi, în stare să atragă din nou cu putere atenția spectatorului. Toate aceste chestiuni au fost analizate în mod pertinent și probate prin exemple de Ignacio Ramonet în eseul său *La Tyrannie de la communication.*[1]

Liliane Lurçat la rândul ei a studiat efectul de desființare a realului, de pierdere a raporturilor normale cu realul, produs de televiziune, în cadrul formării copiilor:

> Televiziunea, chiar atunci când aduce lumea în căminul familial, are un efect de desființare a realului, de pierdere a raporturilor normale cu realul, pentru că racordarea la real necesită activitate, folosirea celor cinci simțuri și acțiunea asupra lucrurilor. [...] La televiziune, potrivit versului lui Rimbaud, *la vraie vie est absente* [...]. Timpul consacrat televizorului răpește din timpul ce s-ar cuveni folosit pentru alte activități, care, oricât de modeste ar fi, implică un raport cu realul și cu ceilalți. În multe împrejurări, ca atunci când merge la cumpărături, când intră în legătură cu alte persoane, când îi ajută pe alții, când bricolează, când trebuie să se descurce singur ș.a.m.d., copilul se făurește pe sine însuși printr-un raport activ și interactiv cu mediul ambiant și cu celelalte persoane. În felul acesta își forjează personalitatea și se inserează în societate. Absența tuturor acestor experiențe și supradoza de televiziune pot avea aceste efecte de desființare a realului, de pierdere a raporturilor normale

[1] Gallimard, Paris, 2001.

cu realul la copiii care trăiesc astfel un soi de încarcerare într-un univers televizual.[1]

Aceeași autoare notează iarăși:

> Televiziunea este un factor de desființare a realului și pentru faptul că tot ce înfățișează, realitate sau ficțiune, este transpus sub formă de imagini. De aici rezultă o dificultate de a face distincții și deosebiri, pentru copilul aflat la vârsta la care îi este foarte greu să distingă realul de imaginar.[2]

Dar, în afară de televiziune, noile media au creat și ele alte lumi virtuale. Se poate cita în primul rând lumea jocurilor, cea mai evidentă, care comportă o mulțime de sub-lumi în mod clar virtuale, inspirate din benzile desenate, din genul *fantasy* (literatura miraculosului, în care lucrurile se petrec într-un trecut inventat, în ținuturi imaginare) sau din literatura științifico-fantastică.

Se poate de asemenea cita Internetul, care constituie el însuși o întreagă lume. Ea este denumită „cyberspațiul", pe care William Gibson în romanul său *Neuromancer* o descrie drept „o halucinație întemeiată pe un consens general, trăită zilnic de zeci de milioane de operatori".[3] Internauții nu sunt doar deconectați de mediul real aflat în imediata lor apropiere, ci și aruncați în lumea proteiformă a site-urilor fabricate, și purtați prin diferitele lor *link*-uri pe „autostrăzile informației".

Rețelele de socializare și spațiile de discuții constituie de asemenea lumi paralele, în mare parte lumi virtuale și rupte de real, deoarece aici trupurile sunt absente și multe

[1] *Des enfants volés par la télévision*, François-Xavier de Guibert, Paris, 2004, pp. 58 și 54-55.

[2] *Ibid.*, p. 59.

[3] La Découverte, Paris, 1985.

lucruri sunt falsificate sau artificiale. În aceste lumi, rareori cineva se prezintă așa cum este și cu adevărata sa identitate. Forumurile de discuții sunt populate de personaje care se ascund în spatele unor pseudonime și care, atunci când nu joacă roluri, se prezintă într-o lumină favorabilă, care nu are nici o legătură cu adevărata lor realitate.

Potrivit lui Lucien Sfez, caracteristica majoră a dezvoltării comunicării este confuzia care se instaurează între faptul real și reprezentarea lui, îndeosebi mediatică, ca și dezvoltarea unei patologii sociale specifice, denumită de el „tautism", o combinație între „tautologie" și „autism", care îl închide pe om într-un labirint de reprezentări, din care nu se poate ieși, care în final îl conduc tot la ele.[1]

> Fenomenul tautistic, scrie Sfez, poate fi descris astfel: nu se mai ia realul ca reprezentat. Realul nu mai este nici ceea ce s-a inventat sub acest nume care să-l exprime. În tautism, se ia realitatea reprezentată drept o realitate exprimată. Se ia reprezentatul drept reprezentant. Se iau realitățile de grad secund formate de emițători sau realitățile de gradul trei formate de receptori drept o singură, una și aceeași, realitate, de gradul întâi, care se confundă cu datele brute. Ca și cum ar exista date brute, ca și cum lanțul de intermediari, care a extras informația, a produs cadrul și punerea ei în funcțiune, ar fi brusc suprimat. Ca și cum receptorul însuși nu ar fi altceva decât un burete absorbant, care primește semnalul electric transmis, așa cum este el. Totalitarism al tautismului. Nebunie mută a negării realului. Vizare totali-

---

[1] *Critique de la communication*, Seuil, Paris, 1992, p. 17: „Tautism: neologism format prin contragerea termenilor *tautologie* («repet, deci demonstrez», prezentă în toate mediile) și *autism* (sistemul de comunicare mă face surdo-mut, izolat de ceilalți, aproape autist), neologism care evocă o intenție globalizantă. Cf. pp. 110-111.

zantă și spațiu închis circular, descrise de Baudrillard[1] [...] Tautism, spunem noi: contracția a doi termeni, autism și tautologic. Autism, maladie a auto-închiderii în sine, în care individul nu simte nevoia să-și comunice ideile sale altcuiva și nici să se conformeze la ideile altora, neavând alte interese decât cele care țin de satisfacția organică sau ludică.[2]

Faptul că omul „ia de acum realitatea reprezentată drept realitatea în mod direct exprimată" constituie, după Sfez, „confuzia primordială, sursă a oricărui delir".[3]

REALITATE VIRTUALĂ ȘI REALITATE AMPLIFICATĂ: DOUĂ NOI PRODUSE PE PIAȚA DROGULUI

Industria digitală produce de mai mulți ani dispozitive sub formă de căști[4] care permit utilizatorului să plonjeze cu toate simțurile (al văzului, auzului, mirosului și cel tactil) într-o realitate virtuală, fabricată digital, dar care apare ca reală (imagini în trei dimensiuni, sunet produs de mai multe surse, difuzare de mirosuri, impulsuri de mișcare trimise către trup, posibilitate de a interacționa).

Ele nu doar îl rup complet pe utilizatorul lor de mediul înconjurător, încât nici nu-și mai dă seama de existența lui, dar îl și cufundă într-un univers care fie este cu totul imaginar, fie „amplifică" realitatea prin elemente care nu-i aparțin, ci sunt integrate în ea sau îi sunt suprapuse. În studiul său *The Metaphysics of Virtual Reality*[5], Mi-

[1] Cf. *Simulacres et simulation*, Galilée, Paris, 1981.

[2] *Loc. cit.*

[3] *Loc. cit.*

[4] Cele mai cunoscute sunt Google Glass, Holo Lens de la Microsoft și Oculus Rift de la Facebook.

[5] Oxford University Press, Oxford, 1994.

chael R. Heim identifică șapte caracteristici ale realității virtuale: simularea, interacțiunea, artificialitatea, imersiunea, teleprezența (prezența la distanță), imersiunea întregului corp și comunicarea în rețea.

Realizatorii lor evidențiază de obicei avantajele pe care aceste procedee le oferă pe plan cultural și educațional. Dar este limpede că, deoarece derivă din jocurile video realiste, ele au aceeași funcție ca acelea: evadarea din lumea reală și uitarea nefericirilor, greutăților, lipsurilor și altor inconveniente care țin de ea, prin cufundarea într-o lume din care toate acestea lipsesc și care, pe deasupra, îi și împlinește pe dată toate dorințele. În acest sens, ele îi fac mai bine decât alcoolul și drogul, care îi permit să evadeze din lume și din sine însuși, obnubilându-i conștiința, dar care nu-i oferă și nici nu-i dau o aparentă soluționare a problemelor cu care se confruntă ori a posibilității de a dobândi ce-i lipsește (ca în cazul realității amplificate) sau de a-și alege lumea imaginară în care să se refugieze (ca în cazul realității cu totul virtuale).

Firește, după cum nu-i vedem pe vânzătorii de alcool beți și nici pe traficanții de narcotice drogați (realismul comercial obligă la o asemenea abstinență), producătorii de realitate virtuală se feresc să se angajeze într-o astfel de aventură. O fotografie de la deschiderea unui congres pe tema dispozitivelor mobile (*Mobile World Congress*), care s-a ținut la Barcelona în 2016, a făcut recent înconjurul lumii; în ea se vede Mark Zuckerberg, patronul firmei Facebook, îndreptându-se radios, fără să poarte căști, spre scena unei săli pline de spectatori cu căști pe cap, cu înfățișare de cyborgi, privind drept înainte, la o realitate inexistentă, ignorându-se unii pe alții și, deo-

potrivă, pe regele lumii lor care trece printre ei savurându-și puterea.[1]

O NOUĂ APLICARE A ALEGORIEI PEȘTERII

Nu poate să nu ne frapeze măsura în care, în lumea de azi – unde sunt oameni care trec unul pe lângă altul fără să se privească, dar care, de mici copii, fixați în fața ecranelor, privesc țintă, fascinați de obiectele artificiale care se mișcă pe ele și de sunetele pe care le scot – devin realitate cele descrise în alegoria peșterii de Platon, cu patru veacuri înainte de era noastră, în dialogul dintre Socrate și Glaucon:

> Socrate: – Asemuiește firea noastră în privința educației și a lipsei de educație cu următoarea întâmplare: iată mai mulți oameni aflați într-o încăpere subpământeană, ca într-o peșteră, al cărei drum de intrare dă spre lumină, drum lung față de lungimea întregului peșterii. În această încăpere ei se găsesc, încă din copilărie, cu picioarele și grumazurile legate, astfel încât trebuie să stea locului și să privească într-o singură direcție, fără să-și poată roti capetele din pricina legăturilor. Lumina vine de sus și de departe, de la un foc aprins înapoia lor; iar între foc și oamenii legați este un drum așezat mai sus, de-a lungul căruia, iată, e zidit un mic perete, așa cum este, să zicem, paravanul scamatorilor, pus dinaintea celor ce privesc, deasupra căruia își arată ei scamatoriile.
>
> Glaucon: – Văd.
>
> Socrate: – Mai încearcă să vezi și că, de-a lungul acestui perete, niște oameni poartă felurite obiecte care depășesc în

[1] A se vedea D. Leloup și M. Tual, «Une photo de Mark Zuckerberg ravive la peur de la réalité virtuelle», *Le Monde*, 22.02.2016. «Matricea» este o referință la filmul emblematic *Matrix*.

înălțime zidul, mai poartă și statui de oameni și alte făpturi de piatră sau lemn, lucrate în chipul cel mai divers. Iar dintre cei care le poartă, unii scot sunete, alții păstrează tăcerea.

Glaucon: – Ciudată imagine și ciudați sunt oamenii legați!

Socrate: – Sunt asemănători nouă. Căci crezi că astfel de oameni au văzut, atât din ei înșiși, cât și din ceilalți, altceva decât umbrele care cad, aruncate de foc, pe zidul dinaintea lor?

Glaucon: – Cum ar putea vedea altceva dacă întreaga viață sunt siliți să-și țină capetele nemișcate?

Socrate: – Iar dacă ei ar fi în stare să stea de vorbă unii cu alții, nu crezi că ar socoti că, numind aceste umbre pe care le văd, ei numesc realitatea?

Glaucon: – Necesar.

Socrate: – Și ce-ar face dacă zidul de dinainte al închisorii ar avea ecou? Când vreunul dintre cei ce trec ar emite vreun sunet, crezi că ei ar socoti emisiunea sunetului fiind altceva în afara umbrei ce le trece pe dinainte?

Glaucon: – Pe Zeus, nu cred!

Socrate: – În general deci, asemenea oameni nu ar putea lua drept adevăr decât umbrele lucrurilor.

Glaucon: – E cu totul obligatoriu.[1]

Platon demasca aici înstrăinarea de lumea sensibilă, pe care el o privea ca pe o umbră a lumii inteligibile. Or, lumea virtuală este o înstrăinare încă și mai mare, o înstrăinare la pătrat, de vreme ce ea nu ne oferă mai mult decât umbra unei umbre.

---

[1] *La Republique*, VII, 514a-516c. [tr. rom. de Andrei Cornea, în: PLATON, *Opere*, V, *Republica*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1986, pp. 312-313 – *n. trad.*].

XI

PATOLOGII PSIHICE

„Chinuitu-m-am și m-am gârbovit până la sfârșit,
toată ziua mâhnindu-mă umblam"
(*Psalmul* 37, 6)

Pătrunzând în domeniul utilizării actuale a noilor media, pătrundem în parte în domeniul psihopatologiei, ușoare sau grave, cu puternice legături cu elemente nevrotice (obsesii, angoasă, comportament compulsiv, probleme relaționale...) sau psihotice (viață într-o lume virtuală, paralelă cu cea reală, modificare a viziunii asupra celuilalt și asupra lumii, narcisism, autism...).

COMPORTAMENTE OBSESIVE ȘI COMPULSIVE

Unul dintre comportamentele patologice cele mai vizibile este folosirea obsesivă și compulsivă (adică în același timp frecventă, repetată, impulsivă și ireprimabilă) a anumitor media, în special calculatorul și telefonul inteligent – în general pentru a verifica mesajele primite sau contul personal de pe rețelele de socializare, pentru a trimite mesaje sau mini-mesaje pe Twitter, pentru încărcarea contu-

lui de Facebook, pentru jocuri de pe diverse aplicații, pentru a căuta în permanență ceva pe Internet, ori de câte ori îți vine o idee în minte, pentru a vorbi la telefon fără a avea ceva cu adevărat important de spus, pentru a face fotografii cu tot ce se vede, orice ar fi, oriunde, în orice împrejurare, pentru a face cumpărături *on line* fără a avea cu adevărat nevoie de ceva (noile media servesc în acest sens și alte comportamente compulsive) sau pentru a schimba tot timpul canalele de televiziune, telecomanda fiind strămoașa claviaturilor de uz permanent, iar zapping-ul, prima formă de folosire compulsivă a acestora.

HIPERCONECTIVITATEA – MODALITATE DE A ALUNGA TEMERILE ȘI ANGOASA

Hiperconectivitatea (adică faptul de a fi conectat în permanență la unul sau mai multe media în așa fel încât să fii permanent în contact), și nu doar hiperconexiunea (faptul de a fi efectiv în contact în mod foarte frecvent prin intermediul acestor media), are ca funcție esențială alungarea sentimentului de angoasă legat de solitudine (sentimentul de a fi izolat).

Are și rostul de a alunga frica și angoasa[1] produse de faptul că te simți pierdut sau amenințat cu pierderea fizică a celor apropiați, într-o societate resimțită tot mai mult ca primejdioasă și amenințătoare[2]; de aici, dotarea copiilor de către părinți cu un telefon de la vârsta când pot să

[1] Angoasa este o afecțiune difuză, al cărei motiv nu este conștientizat imediat; frica, din contra, are un obiect precis și reperabil.

[2] Noile media, în particular televiziunea, au o mare parte de responsabilitate în acest sentiment, ele relatând (dramatizând adesea) cel mai mic accident sau cea mai mică agresiune din „satul planetar", dând în același timp o falsă impresie de mulțime și de vecinătate.

meargă singuri undeva, pentru ca să-i poată suna sau ca să poată fi permanent sunați, sau cel puțin ca astfel să aibă sentimentul că legătura cu ei nu s-a rupt. Angoasa părinților ia forma unei veritabile paranoia când ei plasează un GPS activ pe telefonul inteligent al copilului, pentru a fi informați în mod continuu cu privire la locul în care sunt și la deplasările lor.

Noile media servesc de asemenea la alungarea fricii și a angoasei de a te pierde (în mod psihologic sau intelectual) într-o societate tot mai complexă, în care, după cum am văzut, noile media au devenit adesea mijloace indispensabile de reper sau de răspuns la anumite exigențe sociale sau la anumite nevoi.

Internetul are acest rol, dar și mai mult încă telefoanele mobile, care sunt în același timp vectori de Internet, de poștă electronică și de mesaje SMS/MMS, ca și de comunicare verbală interpersonală.

Rețelele de socializare au devenit și ele pentru omul modern mijloace de a exista și de a te pune în valoare în ochii celorlalți; lipsa acestora induce teama ca nu cumva astfel ființa lui să ajungă neînsemnată și nesocotită.

Psihiatrii Michel Hautefeille și Dan Véléa evocă astfel angoasa care îi cuprinde pe dependenții de noile tehnologii, în situația în care și-au pierdut dispozitivul:

> Printre recentele adicții față de noile tehnologii, adicția pentru telefonul mobil, tabletă și phabletă (aparat hibrid între smartphone și tabletă) se manifestă de manieră explozivă, nu doar la tineri, ci și la categoriile de vârstă mai avansate. Prin dezvoltarea noilor telefoane, acestea devin practic terminale de Internet. Așa încât adicția nu face decât să se agraveze și se manifestă printr-un sentiment de panică ca-

re îi cuprinde pe utilizatori atunci când rămân fără telefon. Această frică se numește „nomofobie", termen provenit din expresia englezească *no mobile-phone phobia*. Printre trăsăturile de caracter ale acestor noi dependenți regăsim în mod curent impulsivitatea și intoleranța la frustrare, dar și o nevoie de afișare a statutului social. Absența obiectului (fie că a fost pierdut, uitat sau furat) este trăită ca o lezare a identității personale, însoțită de un sentiment de abandon, de singurătate și de vulnerabilitate.[1]

O FALSĂ SOLUȚIE PENTRU NELINIȘTE ȘI NEVOIA DE SIGURANȚĂ

Adolescenții nu numai că rareori își opresc mobilul, dar îl și țin lângă corpul lor, pentru a-l simți când vibrează, îl păstrează chiar și noaptea lângă ei, îl verifică în mod aproape reflex ori de câte ori au un moment liber[2], nu doar la ieșirea din clasă, ci și, pe furiș, în timpul lecțiilor. Mobilul pare să fi luat locul ursulețului, pe care copiii îl strâng la piept, uitându-se des la el, ca la un tovarăș în care se încred și pe care se pot bizui.

Chiar și adulții își țin mobilul la piept, iar dacă nu, verifică dacă mai este încă în buzunar, în servietă sau în poșetă, se uită des la el, oriunde ar fi, ca să vadă dacă nu au primit mesaje noi, iar când nu este nimic, verifică iarăși dacă telefonul lor mai este acolo și dacă nu cumva s-a descărcat.

Mobilul devine sursă de noi neliniști, dar posedarea lui provine ea însăși din anumite anxietăți și din nevoia de a te simți liniștit în privința lor.

---

[1] *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, ediția a 2-a, Payot, Paris, 2014, p. 95.

[2] Cf. C. Martin, *Représentation des usages du téléphone portable chez les jeunes adolescents*, Al Zecelea Colocviu Bilateral Româno-Francez, CIFSIC, Universitatea din București, 28 iunie-3 iulie 2003.

Este important pentru părinți să știe, cu ajutorul mobilelor, unde se află copiii lor; dar se pare că este la fel de liniștitor pentru toți posesorii de mobile faptul că pot fi contactați sau că pot să contacteze pe cineva, în orice clipă, de parcă altfel ar fi ca și pierduți în această lume largă, sau ar fi pândiți de vreo primejdie, sau ca și cum ar putea pierde oricând un eveniment de cea mai mare însemnătate.

Preocuparea de a fi în permanență în contact este legată în mod evident de frica de singurătate sau de nevoia de a scăpa de angoasa pe care o generează, într-o lume în care relațiile umane sunt tot mai firave și au devenit pentru unii de-a dreptul rare sau inexistente.

Dar nevoia permanentă de contact reflectă de asemenea o neputință pentru persoana umană de a se asuma pe sine, de a suporta nu doar acele moment de izolare, care țin de existența personală[1], ci de a trăi momentele de solitudine necesare pentru forjarea persoanei sale, pentru stabilizarea vieții psihice și pentru dezvoltarea și aprofundarea vieții sale spirituale.

Atunci când părinți posesivi la modul patologic vor nu numai să-și localizeze copiii, ci și să-i supravegheze îndeaproape cu ajutorul soft-urilor care leagă mobilele între ele, în felul acesta ei îi lipsesc cu totul de sentimentul de libertate de care copiii au nevoie câtuși de puțin, îi fac să perceapă lumea ca pe univers ostil și amenințător, în care trebuie să pășești cu o teamă precaută, transmițându-le de fapt propria lor angoasă; dar nu numai atât, acești părinți își lipsesc

---

[1] Persoana nu se caracterizează atât ca ființă în relație cu alte ființe – un aspect asupra căruia a insistat în mod excesiv personalismul modern –, cât ca ființă care se deosebește de celelalte ființe de același gen sau de aceeași natură prin caracteristici cu neputință de comunicat, care fac din ea o ființă absolut unică și cu neputință de înlocuit printr-o altă ființă.

copiii de deprinderea de a fi autonomi, nu-i ajută să facă față necunoscutului sau neprevăzutului prin mobilizarea propriilor resurse, și astfel îi mențin într-o stare de dependență care nu-i ajută să devină adulți, să se maturizeze.

Prin nevoia sa de contact permanent, omul conectat, el însuși „își leagă o sfoară de picior" și-și face din marea pânză a Netului o pânză de păianjen în care se înfășoară și se lasă singur prins.

UN MIJLOC DE A SCĂPA DE PLICTISEALĂ

Succesul noilor media, îndeosebi al Internetului și al rețelelor de socializare (la care calculatoare și telefoanele inteligente oferă acces), se datorează în mare parte capacității lor de a-l scăpa pe om de plictiseală.

Ele ajută la umplerea golului pe care-l simte omul modern, cu o viață lăuntrică sărăcită mult de lipsa de spiritualitate, cu o viață tot mai lipsită de relații cu ceilalți, prin slăbirea legăturilor de vecinătate, conjugale, familiale, de prietenie sau sociale. Într-adevăr, omul poate apela permanent la ele și poate fi permanent apelat de ele. Clipele de așteptare sau de inactivitate pot dispărea pe dată. Orice clipă de latență a spiritului poate fi evitată, pentru că ele oferă în mod continuu mijloacele de atragere a atenției și de stimulare a vieții psihice. Internetul și telefonul mobil sunt mijloace de a petrece timpul pe care omul modern nu știe cum să-l ocupe într-alt fel. Sunt forme de a popula nenumăratele momente pustii din viața celor care nu studiază, nu lucrează, nu merg la spectacole sau expoziții, nu practică nici un sport. Cu ajutorul lor se exorcizează angoasa iscată de o viață deșartă sau puțin împlinită.

Noile media sunt un mijloc de a-l scăpa pe om de plictiseală nu doar prin capacitatea lor de a-i oferi o modalitate de a-și umple timpul, ci și prin capacitatea de a-i oferi mereu ceva nou. Dar noutatea nu constă neapărat în informații noi, ci în lucruri pur și simplu necunoscute, la care se poate ajunge după voie, oricând, trecând prin mulțimea de *link*-uri de la un site la altul.

Pentru plictiseală, noile media constituie regulatori psihici, prin care se evită, sau mai bine zis se ocolesc, depresiile printr-o necontenită goană spre înainte. Dar ele sunt de asemenea regulatori sociali, motiv pentru care sunt puternic încurajate de state și instituții. După cum notează Michel Hautefeuille și Dan Véléa: „Plictisul este probabil cel mai serios dușman al păcii sociale [...] Plictisul, la nivel social, acumulează energia, resentimentele și disperarea care nu se pot elibera decât în mod violent, dacă nu ar exista sisteme de amortizare socială eficace."[1] Or, noile media constituie în multe privințe astfel de amortizoare:

– tehnologiile lor, în permanent progres, introduc în mod constant elemente de înnoire capabile să alunge plictiseala resimțită de omul modern în raport cu o lume stabilă sau repetitivă;

– într-o lume tot mai constrângătoare, ele îi dau omului iluzia unei stăpâniri a ei și a unei libertăți individuale (internautul are senzația accesului nelimitat la toate informațiile și sentimentul că se poate exprima pretutindeni, tot așa cum posesorul unui smartphone are impresia că depășește toate limitele ce țin de spațiul în care trăiește);

– oferă – mai ales prin jocuri, imagini, fișiere video și filme – o drenare cel puțin parțială a diverselor pulsiuni,

[1] A se vedea *op. cit.*, pp. 156-163.

pasiuni sau fantasme, micșorând astfel riscul de decompensare psihică sau de exprimare socială nedorită;

– aduc la domiciliu o mulțime de moduri de petrecere agreabilă a timpului, care îl fac pe om să uite de lumea reală, cu greutățile ei, prin divertisment și distracție, în sensul pascalian al termenului, adică să-și abată conștiința de la propria sărăcie și nimicnicie existențiale și de la angoasa iscată de ele.

O VIZIUNE DEFORMATĂ ASUPRA LUMII

După cum am notat deja, una dintre problemele ridicate de noile media este aceea că ele că îi fac pe utilizatorii lor să trăiască într-o lume virtuală, paralelă cu lumea reală, în mod proporțional cu durata de utilizare și concentrarea pe care aproape întotdeauna o implică. Această lume virtuală poate fi în întregime imaginară (ca în filmele de ficțiune de la televizor sau în jocurile video) sau doar în parte. Nu este întotdeauna o lume pe de-a întregul ireală, dar mereu realitatea ei este diminuată (de exemplu, ca urmare a absenței fizice a interlocutorilor, pe Internet sau la telefon), adesea deformată (cum poate fi o imagine în raport cu obiectul al cărei reprezentare este), adesea, de asemenea, falsificată (din cauza manipulării la care se pretează toate aceste noi media).

Din această cauză, în reprezentarea lumii dobândită de om prin noile media, există dimensiunea psihotică, psihozele fiind acea categorie de boli mintale caracterizate prin delir, care este o reprezentare deformată a realității printr-o interpretare în care există și o doză de imaginar.

În cazuri extreme (însă nu rare, întâlnite mai ales la marii consumatori de filme, seriale și jocuri video), gra-

nița dintre imaginar și real se încețoșează într-atât încât imaginarul este privit și trăit ca real, iar realitatea este abordată cu comportamente inspirate din imaginar, ca și cum ea ar fi o continuare a acestuia. Lucrul acesta se manifestă în anumite cazuri prin trecerea la fapte (de exemplu, în domeniul violenței sau al sexului), care constituie materializarea la modul real a unor fantasme.

În cazuri mai benigne, lumea este percepută potrivit standardelor oferite de filme sau de seriale, care, pentru a stârni interesul celor ce le urmăresc, favorizează comportamente marginale, deviante sau extreme, și în același timp le banalizează și le fac să pară drept normale, și în consecință drept normative.

Lucrul acesta contribuie puternic la viziunea despre lume și la etica telespectatorilor sau internauților, și determină comportamentul lor în viața reală.

Pe un plan de asemenea mai benign, dar totuși semnificativ, diminuarea calității relațiilor interpersonale prin noile mijloace de comunicație are o influență asupra psihologiei utilizatorilor prin felul în care se intră în legătură cu celălalt și în care se gestionează psihologic această relație, care a devenit în același timp mai abstractă și mai săracă, după cum am arătat deja.

REPREZENTAREA ȘI IMAGINEA DESPRE SINE, MAI IMPORTANTE DECÂT REALITATEA PERSOANEI ÎN SINE

Internetul și rețelele de socializare au modificat de asemenea în mod considerabil raportul pe care oamenii îl au cu propria lor persoană.

Filosofia existențialistă – Sartre mai ales – și filosofia personalistă care ține de ea au subliniat cu putere rolul determinant pe care îl are pentru individ în conștiința existenței, identității și valorii sale, faptul că este „ființă-pentru-altul" (adică faptul de a fi văzut de un altul drept ceea ce este).

Internetul și rețelele de socializare au oferit oricărei persoane noi și vaste mijloace de reprezentare socială de sine, și de asemenea, prin diverse artificii tehnice, de regizare a reprezentării de sine, care în general înseamnă punere în valoare și hiperbolizare a sinelui.

În societățile tradiționale, persoana ca atare era puțin pusă în valoare pe plan social, fie că era efasată de comunitatea sau colectivitatea în care trăia, care avea întâietate, fie că diverse valori etice speciale (ca modestia sau smerenia în creștinism) o îndemnau să se efaseze ea însăși. Persoanele prețuite au fost, veacuri întregi, eroi sau creatori ale căror acțiuni sau creații aveau un impact real asupra păstrării sau dezvoltării societății, în diverse domenii. Renașterea și veacurile care au urmat au prețuit și au acordat valoare individualității artistului, din rațiuni care țineau nu doar de creativitatea, ci și de originalitatea sa. Mijloacele de informare în masă de tip clasic ale veacului al XX-lea au acordat o mai mare importanță celor care participau la viața politică și la progresul social.

Dar în toate cazurile prețuirea socială era legată de un aport social obiectiv și de recunoașterea acestuia de întreaga societate; prețuirea socială ține în ultimă instanță de colectivitate, nu de individul însuși.

Noile media permit acum oricui nu doar să se fotografieze, să se filmeze sau să se înregistreze singur, ci, cu aju-

torul diverselor soft-uri, să-și creeze diverse reprezentări de sine și să le posteze pe rețele de socializare (cum este Facebook) sau pe Internet, în platformele prevăzute pentru difuzarea acestora (cum este YouTube pentru secvențele video).

Ca să te deosebești de alții, toate comportamentele sunt bune, îndeosebi cele cât se poate de marginale, de excentrice, de extreme și de periculoase. Erou al zilei ajunge cel care a făcut cea mai mare pizza din lume, cel care merge cu 200 de kilometri pe oră pe străzile orașului, cel care golește una după alta cele mai multe sticle de alcool tare.

Cuvintele provocatoare sau micile fraze acide de pe bloguri, Facebook sau Twitter sunt de asemenea, chiar în mediul politic, mijloace de „a face valuri", adică de a face gălăgie, numai și numai ca să se vorbească despre tine.

A face să se vorbească despre tine în media a devenit principala formă de a exista, pentru că noile media îi permit insului să intervină el însuși, cu ușurință, în mod repetat, chiar nelimitat, pentru a fi mereu prezent și niciodată uitat.

Noile media (în special televiziunea, Internetul și rețelele de socializare) au creat o lume paralelă cu lumea reală, lumea virtuală, în care a vorbi sau a face să se vorbească despre ce-ai făcut sau ce vei face a devenit mai important decât a face pur și simplu un lucru anume, unde imaginea de sine este mai importantă decât identitatea de sine. Nu contează ce suntem cu adevărat, contează ce suntem în ochii celorlalți, nu sinele, ci aparența sinelui.

Construcția mediatică de sine este un artificiu și o iluzie, pe care, mai curând sau mai târziu, realitatea – care are întotdeauna ultimul cuvânt – într-un sfârșit se va răz-

buna, înlocuind mulțumirea de sine inițială cu nemulțumirea, insatisfacția, tristețea și chiar depresia.

RELAȚIA, MAI IMPORTANTĂ DECÂT IDENTITATEA PERSOANEI

Identitatea persoanei și conștiința de sine sunt de asemenea primejduite de caracterul hipercomunicațional al noilor media. În comunicarea necontenită și în toate direcțiile, *homo connecticus* nu mai trăiește decât în și pentru relație, care sfârșește prin a deveni mai importantă pentru el decât identitatea sa de persoană.

Este adevărat că persoana umană are nevoie de relație pentru a exista (relațiile fondatoare ale ființei sale fiind relația cu Dumnezeu și relația cu părinții), apoi pentru a se dezvolta (relații cu educatorii), apoi pentru a se împlini (relația cu prietenii, relațiile conjugale și familiale), dar identitatea sa nu se definește numai prin relație și nu se reduce la ea, și dacă se depășește un anumit grad, relațiile pot să-i vatăme identitatea până la o distruge.

Lumea hiperrelațională a noilor media este într-o anumită măsură periculoasă pentru personalitate, care, silită să fie cu un altul, nu mai poate fi cu ea însăși. Pentru a se construi și dezvolta, persoana are tot atâta nevoie de singurătate pe cât are nevoie de relație, dacă nu cumva chiar mai mult, dacă judecăm după spiritualitatea isihastă dezvoltată de Răsăritul creștin ca o cale supremă de împlinire de sine, *hesychia* însemnând deopotrivă liniște, retragere din lume și singurătate.

Psihiatrii cunosc numeroase cazuri de decompensare psihică, care se manifestă în mod particular printr-un sindrom depresiv, rezultând dintr-o uitare de sine la persoa-

nele care s-au dedicat cu totul activităților sociale. Ei cunosc de asemenea importanța pe care o are singurătatea pentru construirea de sine prin confruntarea cu noi înșine, ceea ce Pascal a subliniat spunând: „Toată nefericirea oamenilor vine dintr-un singur lucru, acela că nu știu să rămână singuri într-o odaie.”[1]

EFECTELE NOCIVE ALE TRANSPARENȚEI

Un alt fenomen legat de dezvoltarea noilor media care pune în pericol identitatea persoanei este transparența ce rezultă din folosirea lor.

Această transparență nu este o transparență care le permite celorlalți să vadă persoana așa cum este, sub adevăratul ei chip, pentru că, pe de o parte, ea însăși se înfățișează adesea sub măști sau deghizări create cu ajutorul artificiilor furnizate de aceste media, iar, pe de altă parte, ea nu se arată niciodată în întregimea și în realitatea sa, pentru că mediile mediatizează exprimarea de sine a persoanei prezentând doar un singur aspect și o singură imagine, și producând o realitate virtuală sau digitală în ceea ce privește sunetul, imaginea sau exprimarea scrisă.

Nu doar indivizii caută această expunere de sine și această transparență, ci media este cea care le încurajează – în special televiziunea, pentru că ele măresc audiența, mulțumită unui public deopotrivă voyeurist și doritor să se pună în locul celor care, prin expunerea lipsită de orice pudoare a vieții lor private în emisiuni de genul *reality show*, au parte de succes fără nici o calitate sau merit personal, fără nici o osteneală. Realitatea persoanelor expu-

[1] *Pensées*, ed. Brunschvicg, nr. 139 [tr. rom. cit., p. 78 – *n. trad.*].

se mediatic este încă și mai mult diminuată și deformată de faptul că prezentarea lor se face potrivit unui scenariu prealabil și este așadar supusă unor manipulări majore, *a priori* și *a posteriori*.

Chiar și așa, redusă și modificată prin artificii mediatice, diminuată și falsificată, expunerea mediatică a persoanei, fie că nu e dorită, fie că e liber consimțită, constituie totuși un factor de transparență și de exteriorizare care îi desființează interioritatea și-i lezează ca atare însăși identitatea personală.

Faptul că, prin conversațiile pe mobil purtate în locuri publice sau prin blogurile accesibile tuturor, sau prin albumele foto care pot fi văzute oriunde și de oricine, tot ce privește viața privată ajunge să fie cunoscut de toți internauții, suprimă, după cum am văzut, granița firească dintre viața publică și cea privată și, în cele din urmă, se arată a fi dăunătoare pentru persoana umană, al cărei echilibru interior impune nu doar o mare parte de intimitate, dar și o parte de taină. Chiar și în relațiile dintre ființe foarte apropiate, strâns unite, trebuie păstrată o parte de taină, care face parte de altfel din constituția persoanei și o arată ca unică, fără de asemănare, cu neputință de cunoscut până în misterioasele sale străfunduri.

Transparența suscitată sau impusă de noile media, dar uneori de asemenea voită (ajungându-se la situații extreme, în care persoanele se filmează permanent, în timpul celor mai intime activități ale lor, pentru a le difuza în direct pe Internet), constituie din punct de vedere psihologic și spiritual o nimicire a persoanei.

EXTERIORIZAREA PERSOANEI PRIN COMUNICARE ȘI SĂRĂCIREA VIEȚII LĂUNTRICE

Utilizatorii noilor media își pierd aptitudinea de a fi întemeietorii vieții lor lăuntrice și diriguitorii ei. Sunt la cheremul solicitărilor din afară, se lasă călăuziți de ele, și acestea ajung să le organizeze viața și să stabilească planul, de-acum aleatoriu, al activităților lor.

Nu mai e timp pentru momente de singurătate, care clădesc și dau statornicie vieții psihice și spirituale, nici pentru momente de tăcere, fără de care sunt cu neputință reflecția profundă și contemplarea folositoare pentru viața spiritului. Fluxul vieții lăuntrice este necontenit întrerupt de apeluri telefonice, cu melodiile lor, de mailuri sau de mesajele sonore de pe Twitter. Obișnuința de a reacționa și a răspunde pe dată fărâmițează încă și mai mult viața lăuntrică și transformă viața psihică într-o suită de secvențe dezarticulate.

Atunci când nu există solicitări externe, persoana le solicită ea însăși, trimițând SMS-uri, mesaje pe Twitter sau mailuri, la care se vor obține răspunsuri, grație cărora se va reinstala circuitul de schimburi.

Homo connecticus nu mai este în stare să-și asume timpii morți, momentele de tăcere și de întrerupere a activității care ține de lume, pentru a se dedica meditației sau rugăciunii. Nevoia de a umple momentele de vid devine o obsesie care maschează faptul că în realitate tocmai această activitate de conectare este cea care generează vid.

Omul conectat nu mai are puterea de a exista prin sine însuși și prin relația cu Dumnezeu; el nu există decât în

mod social; el a dobândit impresia că existența sa nu are valoare decât în centrul spațiului public. Exist, își spune el, pentru că pot fi contactat și pot contacta pe oricine, în orice secundă; exist, pentru că pot fi văzut, auzit, reperat în orice moment; exist, pentru că le sunt prezent celorlalți prin mesajele și fotografiile pe care le trimit; exist, pentru că mă arăt și mă descopăr celorlalți și în fața celorlalți.

Faptul că se vorbește la telefon fără nici o reținere, fără schimbarea tonului, în locuri publice, în auzul tuturor, sau că oamenii își expun pe forumuri sau bloguri deschise discuțiilor viața lor cea mai intimă semnifică nu doar o pierdere a simțului firesc al pudorii, ci și o totală exteriorizare a vieții lăuntrice, o manifestare publică și o expunere a vieții personale și intime. Granița dintre viața privată și cea publică se subțiază până la dispariție în această formă de depersonalizare.

Ceea ce poate părea la prima vedere un mijloc de eliberare de griji, neliniști, angoase și o formă de terapie, se arată curând a fi sursă de noi angoase. Cel care se expune astfel nu numai că se golește și se sărăcește pe sine, dar se și expune privirii nu întotdeauna binevoitoare a celorlalți, primește de bunăvoie să fie judecat, ironizat, batjocorit, respins...

Felul în care se experiază lumea este de asemenea sărăcit. Vorbăria necontenită la telefon, pe forumuri sau bloguri transformă viața însăși într-o simplă comentare a vieții și dedublează existența reală printr-o existență virtuală. În acest sens, foarte caracteristică este nevoia de a se fotografia pe sine și pe cei apropiați, sau cele din jur, necontenit, ca și cum existența fotografică și digitală ar avea mai multă realitate și valoare decât existența reală. Philippe Breton, în cartea sa *L'Utopie de la communication,* notează:

Homo connecticus este o ființă fără interioritate și fără corp, care trăiește într-o societate fără secrete, o ființă în întregime întoarsă către social, care nu există decât prin intermediul informației și al schimbului, într-o societate care a devenit transparentă datorită noilor „mașini de comunicare". Aceste însușiri ale acestui om al comunicării, care alimentează idealul omului modern, se arată ca tot atâtea alternative ale degradării umanului, produsă de tumultuosul secol XX.[1]

AMPLIFICAREA EMOȚIILOR ȘI DIMINUAREA SENTIMENTULUI DE AFECȚIUNE

Mulți analiști au observat că noile media au amplificat emoțiile celor care le utilizează, dar în schimb le-au diminuat sentimentul de afecțiune, în special capacitatea de empatie și compasiune.

Totuși trebuie stabilite anumite distincții.

Este limpede că televiziunea mizează în mare parte pe emoțiile telespectatorilor. Chiar la știri, care s-ar cuveni să fie aspectul cel mai obiectiv al emisiunilor televizate și să manifeste detașare față de evenimentele prezentate, se aleg cele care pot produce emoție, care sunt apoi exploatate la extrem, pe bază de imagini sau secvențe-șoc, care sunt cele mai potrivite să suscite emoții. Impactul este atât de mare, încât politicienii din ziua de azi își modifică adesea deciziile în funcție de emoția provocată de media în rândul populației; absența de distanțare critică a acestor politicieni are efecte catastrofale atunci când, cum deseori se întâmplă, ulterior se descoperă că imaginile au fost de fapt manipulate, montate, trunchiate, chiar fabricate.

[1] *Op. cit.*, pp. 12, 50.

Internetul trebuie și el pus în aceeași categorie, cu atât mai mult cu cât mulțimea de site-uri pe care se exprimă indivizi iresponsabili favorizează răspândirea de zvonuri, de false știri, de poze sau de fișiere video trucate sau scoase din context.

Dar, dintr-un alt punct de vedere, se poate observa că media care servesc comunicarea generează o puternică degradare afectivă, prin caracterul lor abstract, printr-o prezență și o realitate diminuate a celor care comunică între ei (reduși la o imagine, la un glas sau la ceea ce scriu). Am menționat deja dezumanizarea mesajelor (SMS-uri, mailuri, mesaje de pe Twiter...), din care dispar, din rațiuni de rapiditate și scurtime, formulele de politețe introductive și de încheiere care, în pofida caracterului lor formal, transmit manifestări de respect, de prietenie, chiar de afecțiune, și în orice caz de legătură de natură comunitară și socială.

Nicholas Carr atribuie noilor media (în mod particular Internetului) – prin viteza pe care o implică modul lor de funcționare și implicit prin viteza impusă utilizatorilor, dar și prin starea de neatenție aproape endemică pe care o generează – o diminuare a emoțiilor față de cel de lângă noi, în mod particular a formelor subtile și profunde, de empatie și compasiune.[1] O confirmare științifică a acestui fapt aflăm într-un studiu realizat de un grup de cercetători de la Universitatea din Carolina de Sud, cunoscuți pentru lucrările lor pe tema emoțiilor, care au arătat că omul este capabil, pornind de la propria experiere a durerii fizice, să manifeste pe dată o emoție față de un alt om, care are parte și el de o durere de acest fel, dar

[1] *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, pp. 301-303.

se arată incapabil de compasiune față de suferințele psihologice ale celui de lângă el, atunci când e prins într-o activitate rapidă, deoarece acest tip de sentiment are nevoie de un anume timp pentru a se forma.[1] Potrivit unuia dintre acești cercetători, așadar însăși moralitatea omului este compromisă prin cele mai multe dintre activitățile neomediatice.[2]

NOILE MEDIA, FACTORI DE REGRESIE

Noile media se arată în mod extins drept factori de regresie, în sensul pe care-l dă acestui termen psihanaliza freudiană.

Potrivit lui Freud, psihologia copilului se dezvoltă urmând un anumit număr de etape. În fiecare etapă, copilul simte o anumită plăcere, la care trebuie până la urmă să renunțe pentru a trece la etapa superioară. Dificultățile de adaptare întâmpinate în stadiul superior îl pot face însă să regreseze la stadiul inferior, pentru a regăsi acolo plăcerile proprii acelui stadiu. Această regresie va constitui pentru el un punct de fixație, la care, ca adult, s-ar putea să se întoarcă pentru a regăsi un anume confort psihologic atunci când se va confrunta cu dificultăți care-i provoacă frustrări insuportabile sau cu neputință de depășit. Pentru psihanaliza freudiană, tabagismul, alcoolismul, drogurile sau bulimia se explică printr-un astfel fenomen de regresie.

---

[1] M.H. Immordino-Yang, A. McColl, H. Damasio, A. Damasio, «Neural Correlates of Admiration and Compassion», *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 106, 2009, pp. 8021-8026, în special p. 8024.

[2] A se vedea extrasele dintr-un interviu de M.H. Immordino-Yang, în «Rapid-fire Media May Confuse Your Moral Compass, Study Suggest» *ScienceDaily*, 14 aprilie 2009.

Pentru mulți dintre contemporanii noștri, diversele forme de dependență de noile media constituie fenomene de regresie, în care individul, în plăcerile solitare pe care i le oferă ele, caută să uite, să ocolească sau să fugă de diverse dificultăți și să compenseze multiplele frustrări produse de lumea modernă, îndeosebi cele care țin de domeniul serviciului (șomaj, slujbe nesigure, stress...) și al vieții relaționale (singurătate, fragilitatea legăturii conjugale sau amicale, dificultăți în relațiile de familie...).

La un nivel mai benign, dar nu mai puțin semnificativ, am semnalat deja fenomenul regresiei produs de nevoia de a simți în fiecare moment prezența mobilului, în buzunar sau undeva la îndemână, perceput ca un obiect prietenos și liniștitor, cum era ursulețul din copilărie, în stare să alunge angoasa provocată de o lume resimțită ca amenințătoare sau claustrantă.

UN TEREN PROPICE PENTRU NARCISISM

Internetul și Facebook au devenit terenuri deosebit de prielnice pentru manifestarea și dezvoltarea narcisismului, datorită camerelor de luat vederi integrate în calculator sau smartphone, mijloace facile de a te filma sau a te fotografia necontenit, și a difuza imediat imaginile înregistrate.

Fotografiile propriei persoane (*selfies*) și difuzarea lor au devenit un adevărat fenomen de societate.

Până nu de mult, ne fotografiam împreună cu alții, iar poza era mai puțin importantă pentru prezența în ea a propriei persoane, cât pentru păstrarea amintirii unei întâlniri sau a unei comunități. Dacă eram singuri, rugam pe cineva să ne fotografieze având drept fundal un peisaj

din natură, nedorind nici atunci altceva decât să păstrăm amintirea unei călătorii, a unei vizite, a unui peisaj care ni s-a părut frumos. Fotografia făcută cu un aparat foto clasic impunea un recul și trebuia să fie făcută de o altă persoană. Și din acest punct de vedere ea stabilea o relație.

Dimpotrivă, un *selfie* este adesea fotografia unei persoane singure, pe care și-o face ea singură, în gros-plan, care face din individ un centru absolut în importanța pe care o are nu pentru alții, ci prin sine însuși. Aparatul foto sau camera de filmat devine în felul acesta un soi de oglindă prin care omul își trimite mai întâi lui însuși propria imagine, și apoi, difuzând-o, caută recunoașterea ei de către ceilalți, dar printr-o mișcare care nu este în fond altceva decât pură iubire de sine. Ne aflăm așadar într-adevăr aici în plin narcisism, care constituie de asemenea o formă de regresie conform psihanalizei freudiene, fiindcă narcisismul este o atitudine de copil mic (aflat în așa-zisul „stadiu al oglinzii", pe care psihologul Henri Wallon îl situează în jurul vârstei de 9 luni), care trebuie depășită prin învățarea treptat-treptat a relației cu celălalt și a iubirii celuilalt.

Narcisismul dezvoltat de noile media se manifestă de asemenea în diferitele forme de expunere a propriei persoane, fie pe site-uri personale, fie pe conturile de Facebook, menite în principiu să promoveze relațiile, dar care în realitate servesc cel mai adesea la punerea în valoare a propriei persoane. De aceea, *homo connecticus* își înfrumusețează în toate privințele imaginea pe care o oferă despre sine însuși și ajunge să construiască în felul acesta o făptură virtuală care nu doar în ochii celorlalți, ci în propriii săi ochi, se suprapune peste ființa sa reală și adeseori îi ia locul. Noile media întăresc adevărul acestei cugetări a lui Pascal:

Nu ne mulțumim cu viața pe care o avem în noi și în propria noastră ființă; vrem să creăm pentru ceilalți iluzia unei vieți imaginare, și în acest scop ne străduim să părem altfel decât suntem. Trudim neîncetat la înfrumusețarea și conservarea ființei noastre imaginare și o neglijăm pe cea reală.[1]

Rețelele de socializare permit întoarcerea spre ceilalți, dar aceasta nu înseamnă că sunt altruiste. Fiecare vrea să știe totul despre ceilalți numai pentru că ceilalți știu totul despre el. Voyeurismul se pune în slujba narcisismului.

La fel ca fenomenele de regresiune, din care face parte, narcisismul este un refugiu în fața unui mediu înconjurător agresiv sau dur, greu de înfruntat. În celebrul său eseu *La Culture du narcisissme*, Christopher Lasch scria:

> Narcisismul pare să fie cel mai bun mod de a suporta tensiunile și anxietățile din viața modernă. Condițiile sociale care predomină tind așadar să conducă la izbucnirea trăsăturilor narcisiste prezente, în diverse grade, în fiecare dintre noi.[2]

HIPERCOMUNICARE, HIPERSOLICITARE, HIPERACTIVITATE: HIPEROBOSEALĂ, *BURN-OUT* ȘI DEPRESIE

Posibilitățile de comunicare permanentă, rapidă și necostisitoare oferite de noile media, alături de unele nevoi semnalate anterior (nevoia de a scăpa de plictiseală și singurătate, de a exista mediatic ș.a.m.d.) și de unele necesități sociale sau economice (profesionale sau de alt fel),

[1] *Pensées*, éd. Brusnschvicg, nr. 147 [tr. rom. cit., p. 83 – *n. trad.]*.
[2] *La Culture du narcissisme*, Flammarion, Paris, 1979, p. 83.

au generat o lume a hipercomunicării, a hipersolicitării și a hiperactivității mediatice. S-a creat astfel la utilizatorii noilor media o oboseală nervoasă, pe lângă oboseala care ține de activitățile obișnuite, cauzată de:

– anumite particularități legate de noile media: hipersolicitarea văzului prin atenția îndreptată asupra ecranului și prin defilarea necontenită a imaginilor; hipersolicitarea mișcărilor fine ale mâinii; discontinuitatea și destructurarea facultăților psihice și intelectuale provocate de fluxul continuu și de variația continuă a conținuturilor, ca și, pe Internet, prin solicitările lansate de *link*-uri;

– solicitarea externă permanentă suscitată de apelurile telefonice (pe care telefoanele mobile le-au multiplicat), prin alarmele de la mesagerie sau de la rețeaua de socializare, ca și de tentația, permanentă și ea, de a consulta mesageria, contul de Facebook sau de a urma *link*-urile din paginile de Net;

– efectuarea mai multor activități (*multitasking*) pe care o implică prezența simultană a mai multor media și solicitările lor, de asemenea simultane, care se traduce prin „costuri de comutare" importante, suportate de sistemul nervos; într-adevăr, după cum observă Maggie Jackson, „creierului îi trebuie timp pentru a-și schimba obiectivul, trebuie să-și amintească regulile care corespund noii activități, trebuie să blocheze orice ingerință cognitivă din partea activității anterioare, care este încă foarte prezentă"[1]; dar până și simpla navigare pe Internet pune aceeași problemă: după cum remarcă Nicolas Carr, „pe Net, unde jonglăm în mod obișnuit nu doar cu două acti-

[1] *Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age*, Prometheus Books, Amherst, NY, 2008, p. 79.

vităţi mintale, ci cu mai multe, costurile de comutare sunt cu atât mai ridicate".[1]

Oboseala acumulată în cursul zilei, dar mai ales cea produsă în timpul serii, mai intensă, induce tulburări de somn, care nu numai că împiedică disiparea ei, dar o şi accentuează. Se constată că tulburările de somn s-au dezvoltat considerabil în rândul populaţiei, în cursul ultimelor decenii, şi există multiple tratamente prin care se încearcă remedierea lor, fără prea mare succes, deoarece cauza tulburărilor – adică destructurarea şi oboseala psihică generate de folosirea acestor noi media – continuă să subziste şi de multe ori nici nu este identificată. Adeseori e de ajuns să se întrerupă folosirea lor câteva zile, pentru ca somnul să revină la normal.

Oboseala nervoasă acumulată produce decompensări care pot merge până la depresie[2], dar care iau cel mai adesea forma a ceea ce se numeşte *burn-out*. Această afecţiune, pe cale de a fi recunoscută ca maladie profesională, este cu siguranţă pe de o parte rezultatul unei hiperactivităţi profesionale, al presiunii la care companiile îşi supun salariaţii în vederea creşterii productivităţii şi a rentabilităţii; însă în şi mai mare parte ea este urmarea unei oboseli suplimentare, acumulate, care afectează sistemul nervos, indusă de folosirea noilor media în cadrul serviciului, dar şi în afara limitelor normale ale acestuia.

După cum am semnalat într-un capitol anterior, noile media (în special telefonul mobil şi poşta electronică) au desfiinţat pentru mulţi salariaţi graniţa care exista altădată

---

[1] *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, p. 191.

[2] Printre mărturiile recente referitor la depresiile provocate de folosirea intensă a noilor media, a se vedea G. Birenbaum, *Vous m'avez manqué. Histoire d'une dépression française*, Les Arènes, Paris, 2015.

între timpul dedicat muncii și timpul liber, sau între spațiul profesional și social, și spațiul familial și privat. Angajații pot fi contactați în permanență și sunt în mod efectiv solicitați pentru diverse sarcini complementare acasă la ei sau chiar în concediu, în timpul care se numea altădată „liber", dar care a încetat să mai fie într-adevăr liber.

La oboseala cauzată de această folosire a noilor media în cadrul strict sau extins al serviciului și care este în ambele cazuri impusă, se adaugă cea produsă de folosirea noilor media în timpului liber, în cadrul formelor de divertisment (televiziune, jocuri video, Internet, comunicare pe rețele de socializare...), care are adesea o mare pondere, mai ales atunci când ține de o dependență sau o adicție, ajungându-se la sacrificarea (îndeosebi noaptea) unei părți din timpul care ar trebui consacrat odihnei și somnului.

FENOMENELE DE DEPENDENȚĂ

Printre tulburările psihice grave produse de noile media figurează fenomenele de adicție, adică de dependență.

În cazurile care pot fi calificate drept extreme, dar totuși frecvente, noile media constituie un adevărat drog: utilizarea lor devine în zilele noastre, pentru numeroase persoane, o nevoie irepresibilă, la fel ca drogurile clasice, iar aceste persoane devin dependente într-un mod analog.

Se știe că, pentru cei care le folosesc, drogurile constituie în aproape totalitatea cazurilor mijloace facile (pentru că au o acțiune fizică imediată asupra creierului și a diverselor facultăți psihice) de evadare din viața din afara lor și din viața lăuntrică percepută ca dificilă, fie prin anestezierea conștiinței, fie prin cufundarea într-o lume imaginară.

Numeroși psihiatri și psihanaliști au constatat că în același scop „ecranele sunt astăzi larg utilizate, în încercarea de a uita de greutățile și suferințele vieții de zi cu zi".[1]

Această finalitate a folosirii noilor media este deja o problemă care îi privește pe copii, după cum se arată într-un studiu american:

> Abordările psihologice sugerează ideea că oamenii practică o „folosire excesivă" a Internetului pentru a compensa dificultăți sociale sau psihologice, ca și deficitul de stare de bine personală din viața cotidiană *off line*. Diverse studii au legat căutarea de senzații (o tendință spre căutarea excitației și a plăcerii simțuale), singurătatea și problemele emoționale (ca depresia și puțina încredere de sine) de „folosirea excesivă" a Internetului (Mehroof și Griffiths, 2010). Conform acestei teorii, copiii vulnerabili psihic pot fi cel mai ușor supuși riscului de „folosire excesivă" a Internetului, pentru că ei încearcă să compenseze o problemă din viața lor *off line*. O rezervă importantă în acest caz este faptul că nu există un consens care să ne permită să spunem dacă aceste caracteristici psihologice sunt rezultatul sau o cauză a „folosirii excesive" a Internetului. Dar ne putem aștepta ca atunci când un copil resimte deja dificultăți sociale sau psihologice, lucrul acesta sporește riscul ca acest copil să fie implicat în această „folosire excesivă" a Internetului.[2]

---

[1] S. Tisseron, 3-6-9-12. *Apprivoiser les écrans et grandir*, Éditions Érès, Toulouse, 2013, p. 13. A se vedea și M. Hautefeuille și D. Veléa, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivages, 2014, p. 40. Acești doi psihiatri fac această observație, că dependența este o soluție mai înainte de a fi o problemă (*ibid.*, pp. 146, 232), și citează mai multe exemple care arată „felul în care o parte din Internet servește la compensarea unei insatisfacții sau dificultăți adesea problematice din viața reală" (p. 149).

[2] D. Smahel, E. Helsper, L. Green, V. Kalmus, L. Blinka, K. Ólafsson, *Excessive Internet Use among European Children*, EU Kids Online, noiembrie 2012, p. 5.

Vorbind de dependență, trebuie să facem o distincție între „cyberadicție" și adicțiile „cyberasistate".

Cyberadicția este o adicție față de mijloacele de comunicare, în special față de Internet și rețelele de socializare. În adicțiile cyberasistate, persoanele sunt dependente nu de noile media ca atare, ci de realitățile la care acestea oferă un acces rapid, facil și nelimitat, cum sunt jocurile *on line*, sexul, cumpărăturile compulsive ș.a.m.d. Dar lucrul acesta nu înseamnă că responsabilitatea noilor media ar fi mai mică în acest caz, pentru că ele constituie deopotrivă incitări permanente, suporturi necesare și factori de facilitare, și prin însăși natura lor părți componente ale adicției. În percepția curentă și după cum o arată expresiile folosite de apropiații lor, cei care suferă de adicție se arată a fi dependenți de televizorul lor, de consola lor de jocuri, de calculatorul sau de telefonul lor inteligent, fără să le pese prea mult de conținutul lor, de vreme ce pot fi folosite la fel de bine pentru satisfacerea unei nevoi care s-a creat la nivelul psihismului.

Cyberadicțiile și adicțiile cyberasistate sunt legate între ele prin intermediul Internetului care, ca unul ce este obiectul unei cyberadicții, e cel mai adesea ușa prin care pătrund adicțiile cyberasistate. După cum observă psihiatrii Michel Hautefeuille și Dan Véléa, Internetul „este instrumentul visat de candidatul la adicție: el oferă într-adevăr obiecte pentru toate adicțiile posibile".[1]

---

[1] *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivages, 2014, p. 45. Facem trimitere la această lucrare pentru o analiză precisă a diverselor forme de cyber-dependență – față de jocurile video (pp. 48-64), de roluri în scenariile *on line* (pp. 64-68), de pisici (pp. 68-84), de rețele de socializare (pp. 85-86), de informații (pp. 86-93), de bloguri (pp. 93-95), de tablete și smartphone-uri (pp. 95-96) – și față de diverse forme de adicții cyberasistate – față de pisici (pp. 98-100), de sex (pp.101-112), de cumpărături (pp. 139-143).

Formele grave de adicție se caracterizează mai ales prin exclusivismul lor, cu alte cuvinte prin abandonarea celorlalte datorii și a relațiilor care constituie o viață socială normală, pentru multă vreme de-a lungul zilei. Adicția poate fi în general definită în aceiași termeni ca pasiunea, în sensul clasic al termenului. Michel Hautefeuille și Dan Véléa notează faptul că folosirea devine patologică „din momentul în care comportamentul devine exclusiv și e însoțit de degradări care îi sunt asociate: abandonarea pe termen lung a celorlalte centre de interes, îndeosebi familial, școlar și profesional. Subiectul dependent nu trăiește decât pentru obiectul dependenței sale, toate celelalte fiind excluse. Întreaga sa viață, toate preocupările sale, întreaga sa energie sunt centrate pe el. Restul este total secundar și încetul cu încetul este abandonat”.[1]

Formele grave de adicție față de noile media nu trebuie să ne întoarcă privirea de la formele mai benigne, dar care au totuși efecte negative asupra vieții psihice.

Mulți utilizatori ai noilor media sunt în zilele noastre dependenți fără să știe, deoarece au tendința de a relativiza dependența lor față de formele grave de adicție, și pentru că obișnuința și adaptarea au integrat comportamentele lor mediatice printre comportamentele uzuale și așadar le-au banalizat.

Adicția, sub toate formele sale, se caracterizează printr-o dependență în grade variabile. Ea este instituită printr-o atracție mai mult sau mai puțin irepresibilă, care vădește o nevoie, mai mult sau mai puțin importantă, a cărei satisfacere procură o plăcere mai mult sau mai puțin con-

---

[1] *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivages, 2014, pp. 43-44.

știentă, și a cărei nesatisfacere produce o frustrare resimțită ca o lipsă și constituie o formă de suferință psihică, mai mult sau mai puțin intensă. În afară de această măsură interioară, ponderea adicției poate fi evaluată după gradul de perturbare pe care îl produce în adaptarea și prezența în mediul social – mai întâi familial, apoi școlar și profesional, și relațional în general.

Psihologii au pus la punct teste pentru depistarea nivelului de dependență. Cel mai cunoscut este testul Orman, care privește utilizarea Internetului:

1. Petreceți pe Internet mai mult timp decât v-ați propus inițial?

2. Vă deranjează ideea de a scurta timpul petrecut pe Internet?

3. Prietenii sau membrii familiei dumneavoastră s-au plâns că stați prea mult timp pe Internet?

4. Vi se pare dificil să rămâneți neconectat vreme de câteva zile?

5. Randamentul la serviciu sau relațiile personale au suferit din cauza timpului petrecut pe Internet?

6. Există zone sau anumite site-uri pe Internet pe care cu greu le puteți evita?

7. Vă este greu să vă stăpâniți impulsul de a cumpăra produse sau servicii care țin de Internet?

8. Ați încercat, fără succes, să reduceți timpul de folosire a Internetului?

9. Vă abateți mult de la domeniile dumneavoastră de activitate și de la cele care vă oferă satisfacție, din cauza Internetului?

Între 0 și 3 răspunsuri pozitive, există o mică tendință spre adicția față de Internet.

Între 4 și 6 răspunsuri pozitive, există posibilitatea dezvoltării unui comportament adictiv.

Între 7 și 9 răspunsuri pozitive, există o puternică tendință spre o stare de dependență.

Acest test nu este util doar pentru psihologi, care au nevoie de o măsură de evaluare, el permite de asemenea oricărei persoane să conștientizeze natura comportamentului său.

SPAȚIUL UNEI LIBERTĂȚI ILUZORII

Noile media, pentru că dau oricărei persoane puterea de a comunica imediat și necontenit cu lumea întreagă, lasă impresia că desființează două limite majore ale libertății noastre: spațiul și timpul. Ele lasă așadar impresia că oferă libertății noastre un câmp de acțiune nelimitat și o posibilitate de alegere infinită în toată această mulțime de obiecte din lume, la care avem acces datorită lor.

Și totuși, după cum am văzut în capitolele precedente, noile media au ca efect real restrângerea libertății personale la diverse nivele: politic (prin faptul că ele permit supravegherea și propaganda), economic și profesional (prin faptul că favorizează supravegherea și exploatarea angajaților), social (prin faptul că produc abolirea graniței dintre viața publică și cea privată).

Adicția față de noile media (că e vorba fie de cyberdependență, fie de dependența cyberasistată) este o formă de restrângere a libertății care se adaugă celor prezentate mai sus, dar care este și mai gravă, pentru că e vorba de o restricție internă, nu doar externă.

Ea creează același tip de restricție a libertății ca și pasiunile (atât în sens psihologic, cât și în sens spiritual – pa-

timi), deoarece acestea slăbesc conștiința și voința persoanei și o supun unei puternice atracții, pe de o parte, pentru factori exteriori care i se par seducători, dar care nu au decât o existență firavă (imaginară, în cazul pasiunilor clasice, virtuală, în cazul alipirii de noile media), iar, pe de altă parte, pentru mecanisme exterioare care îi mobilizează energia și îi alienează facultățile într-un flux lipsit de consistență și de substanță. După cum arată Philippe Breton, în vreme ce omul clasic se arăta condus din interior și de sine însuși, omul nou, care este în primul rând o ființă-care-comunică, își are întreaga interioritate în exterior. Mesajele pe care le primește nu vin din interioritatea sa, „ci mai curând din mediul înconjurător. El nu acționează, ci reacționează, și nu reacționează la o acțiune, ci la [ceea ce este de fapt] o reacție".[1]

Se confirmă aici ceea ce am notat deja: Netul se arată într-adevăr ca o pânză de păianjen sau ca o mreajă în care sunt prinși cei care se înfundă în el, iar rețelele, sfori sau lanțuri din care nu mai pot scăpa cei care se folosesc de ele. În viața socială de zi cu zi vedem cât de mult, din ce în ce mai multe persoane sunt atașate de telefoanele lor mobile sau de o lume alta decât cea reală, al cărei ecou ajunge la ei prin căștile cu firele lor care seamănă cu niște lese de care, cu un aer absent, se lasă trași fără nici o împotrivire.

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planetaire»*, La Découverte, 1997, p. 55.

XII

DIMINUAREA CAPACITĂȚILOR INTELECTUALE

„Înțelepciunea celor înțelepți se va pierde"
(*Isaia* 29, 14)

Este din ce în ce mai evident că folosirea noilor media afectează procesele intelectuale și diminuează în acest domeniu performanțele utilizatorilor.

Aceste efecte se produc în primul rând la copii: supuși din cea mai fragedă vârstă acestor noi media, cu capul plin de imaginile de la televizor și de jocuri video, rezultatele lor școlare sunt afectate în mai multe etape ale școlarității.

Efectele toxice ale noilor media asupra proceselor cognitive se manifestă apoi la adulți, chiar și atunci când ei sunt utilizatori recenți ai acestora.

SCĂDEREA PERFORMANȚELOR ȘCOLARE PE TERMEN SCURT ȘI LUNG

Majoritatea studiilor conduce către constatarea că folosirea noilor media implică o diminuare a performanțelor școlare pe termen scurt și lung.[1]

Aceasta se explică prin mai mulți factori.

Primul este caracterul cronofag al noilor media care, cumulate, amputează în mod considerabil (între 28 și 36%, conform unui studiu recent[2]) timpul necesar pregătirii școlare (lecții și teme pentru acasă).

Al doilea este oboseala produsă de noile media, fie consumându-le din energie, fie reducând durata și calitatea somnului (ceea ce afectează trezirea, atenția și memoria și, în general, dezvoltarea cognitivă).

Al treilea este reducerea capacității de atenție și de concentrare pe care ele o provoacă într-un asemenea grad, încât tot mai mulți copii și adolescenți se arată incapabili de a se fixa mai mult de câteva minute asupra unei expuneri orale sau asupra unui text scris.

Se pot incrimina încă și alți factori, ca diminuarea competențelor lingvistice (alterarea derulării limbajului,

---

[1] Au fost întreprinse studii aprofundate asupra efectelor televiziunii, în special; a se vedea mai ales cele ale lui T. MacBeth Williams, *The Impact of Television: A Natural Experiment in Three Communities*, Academic Press, Londra, 1986; M. Winn, *The Plug-in Drug: Television, Computers, and Family Life*, Penguin Books, Londra, 2002; L. Lurçat, *Des enfances volées par la télévision. Le temps prisonnier*, François-Xavier de Guibert, Paris, ediția a 3-a, 2004; M. Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013 (în special pp. 41, 121-132, 133-134, 144-146, 147); se găsește în acest ultim studiu o bogată bibliografie complementară asupra acestei probleme.

[2] Cf. M. Desmurget, *op. cit.*, p. 134, referindu-se la E.A. Vandewater și alții, «Time Well Spent? Relating Television Use to Children's Free Time Activities», *Pediatrics*, 117, 2006, pp. 181-191.

sărăcirea lexicului), absența de stimulare a reflecției și puținul timp pe care fluxul lor îl lasă pentru așa ceva, reducerea lecturii (foarte importantă pentru formarea școlară), sau încă și izolarea celor care se folosesc de ele, de principalii factori de educare (părinți și profesori). Referitor la acest ultim aspect, să amintim faptul că un școlar din clasele primare petrece în fiecare an mai mult timp în fața ecranelor decât în fața învățătorului sau a părinților, luați împreună. Interacțiunea dintre părinți și copii fiind esențială pentru dezvoltarea psihologică, dar și intelectuală a copilului, diminuarea acesteia prejudiciază dobândirea limbajului și dezvoltarea cognitivă legată de el.

Michel Desmurget arată în această privință efectele negative ale televiziunii:

> Unui televizor îi lipsește și îi va lipsi mereu un atribut profesoral fondator: interactivitatea [...] Televizorul nu dă din cap ca să aprobe o acțiune a copilului. Nu-și potrivește cuvintele după cum se arată pe fața copilului că n-a înțeles ce vrea să spună. Nu-l învață pe copil numele obiectelor pe care acesta le privește. Nu reproduce cuvintele pe care copilul le pronunță. Nu-i corectează felul în care se exprimă. Nu răspunde ciripiturilor sale. Până la urmă, din pricina tuturor acestor lipsuri, televizorul nu este doar un jalnic balon pedagogic umflat cu aer, ci și, la modul general, un puternic factor destructiv din punct de vedere lingvistic. În această privință, se vede mai ales faptul că televiziunea nu se mulțumește să acționeze prin cele ce-i lipsesc, deversând asupra copiilor noștri mizerabila ei incompetență. Ea operează de asemenea într-un mod mai profund, mutilând sociabilitatea din cadrul familiei. Când televizorul este pornit, fie că e în prim plan sau în plan secund, copilul aude mai puține cuvinte, vorbește neglijent și scurt, și are parte de puține prile-

juri de conversație. Or, numărul de cuvinte pe care le aude și le rostește copilul înainte de 3 ani este un indicator major al performanțelor lingvistice și cognitive viitoare. În alți termeni, mai puține cuvinte în stadiile timpurii de dezvoltare înseamnă pentru copil, în final, un limbaj mai sărac și o inteligență mai săracă.[1]

La modul general, noile media, pentru că sunt prin ele însele active, îi cufundă pe copii într-o stare de pasivitate și de letargie intelectuală (în contrast cu activitatea intensă a degetelor pe telecomanda televizorului, pe maneta de jocuri, pe tastatură, pe mouse sau pe tabletă) și de consumare a unor plăceri audiovizuale facile, în opoziție cu disciplina, cu simțul efortului, cu răbdarea, cu perseverența și cu sacrificiile pe care le implică învățătura serioasă, în oricare domeniu. Această pasivitate și letargie în fața ecranelor se soldează cu o impulsivitate și o hiperactivitate dezordonată și confuză în afara lor, adică în cadrul familial firesc și în cel școlar, și mulți părinți și învățători se plâng în zilele noastre de faptul că ele perturbă grav viața familială și viața școlară în general.

Efectele negative ale noilor media asupra performanțelor școlare se fac simțite pe termen scurt, dar și pe termen lung. Un studiu recent a arătat cum cu cât un copil sub 3 ani se uită mai mult la televizor, cu atât mai puțin se va implica în munca de școlar la 10 ani, în termeni de participare, efort și curiozitate. Un alt studiu a pus în evidență faptul că fiecare oră petrecută în fața televizorului, între 5 și 11 ani, crește cu aproape 50% probabilitatea de apariție a tulburărilor de atenție la vârsta de 13 ani. Un alt

[1] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 173, 175.

studiu, iarăși, a stabilit că fiecare oră petrecută în fața televizorului la 14 ani crește cu 44% probabilitatea unor tulburări de atenție la 16 ani. Multe alte studii, de mai mult de patruzeci de ani încoace, au arătat rolul determinant pe care îl au formatele audiovizuale rapide în apariția tulburărilor de atenție la copil și la adolescent.[1] Or, atunci când atenția nu e trează, activitatea cognitivă este în întregime afectată.[2] Multe studii au pus de asemenea în evidență faptul că există o corelație între amplitudinea consumului de televiziune și probabilitatea obținerii unei diplome universitare.[3]

O ABRUTIZARE GENERALĂ

Efectele negative ale noilor media asupra proceselor intelectuale ale copiilor nu pot să nu se repercuteze asupra vieții lor adulte, nu doar pentru că anumite obișnuințe, odată adoptate, pur și simplu nu mai pot fi părăsite, ci și pentru că anumite moduri de funcționare a facultăților puse în lucrare s-au imprimat în creier.

Adulții, chiar și atunci când n-au fost deformați de noile media încă din copilărie, resimt efectele dăunătoare ale acestora asupra vieții lor intelectuale din momentul în ca-

---

[1] Aceste diferite studii, ca și altele, sunt citate de M. Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 144-147.

[2] Se poate obiecta că televiziunea și Internetul solicită o anumită atenție, iar jocurile video chiar foarte multă atenție. Dar specialiștii disting două sisteme de atenție distincte, îndeplinite de circuite neuronale diferite și solicitate fie într-o manieră automat-exogenă, fie voluntar-endogenă: expunerea la stimulii audiovizuali îl pune în funcțiune pe cel dintâi până la o hipertrofiere a lui în detrimentul celui de-al doilea (cf. M. Desmurget, *op. cit.*, p. 147, unde se găsește și bibliografia aferentă).

[3] A se vedea M. Desmurget, *op. cit.*, p. 129.

re depășesc o anumită limită în utilizarea lor, ceea ce se întâmplă tot mai frecvent.

În celebrul său eseu *Internet rend-il bête?*, Nicolas Carr arată cum folosirea noilor media, în special a Internetului, produce efecte negative asupra tuturor utilizatorilor, nu doar asupra procesului gândirii, ci și asupra a ceea ce acesta implică (limbajul), asupra corelatelor sale (atenția și concentrarea) și asupra calității formale externe (stilul) și interne (continuitatea, rigoarea și coerența).

Aceste efecte negative sunt cauzate de diverși factori și se manifestă în diverse moduri.

IMAGINEA, MAI IMPORTANTĂ CA TEXTUL

Am arătat, într-un capitol precedent, cum imaginea a ajuns să ocupe tot mai mult loc în noile media, în detrimentul cuvintelor.

Noile media, în proporția în care produc imagini, înlocuiesc gândirea conceptuală, bazată pe limbaj, cu ceea ce lingviștii numesc „gândire iconică", o formă de gândire pre-lingvistică, rudimentară, primară, pe care o au copiii înainte de învățarea limbajului ori adulții în faza de adormire, sau, într-o mai mică măsură, încă și unele animale superioare.

Această formă elementară de gândire, care implică mai ales simțurile și imaginația, face apel la emoții, dar foarte puțin la reflecție, mai ales când fluxul imaginilor este continuu și când acestea se schimbă necontenit. Televiziunea îndeosebi a devenit o mașină de produs imagini; ea nu mai este decât în cazuri marginale (canale culturale, emisiuni culturale difuzate târziu în noapte) un mijloc de informare sau de documentare, care să dea de gândit. Cre-

area recent a unui canal pentru animale reprezintă gradul suprem de evoluție a unui mediu care produce imagini fără să mai acorde vreun loc gândirii umane.

Giovani Sartori a vorbit, referitor la epoca noastră dominată de imagine, despre o eră „post-gândire" (*post-pensiero*), o eră nouă care vine după cea a gândirii, a sosirii omului nou, *homo videns*, care îl înlocuiește pe *homo sapiens*. În mod particular, el arată cum televiziunea „produce imagini și șterge conceptele, și atrofiază astfel capacitatea noastră de abstractizare şi odată cu ea capacitatea noastră de înțelegere"[1]. Altfel spus, întreaga sferă intelectuală este grav afectată de o boală care a cuprins întreaga lume.

DIMINUAREA LIMBAJULUI (LEXIC ȘI GRAMATICĂ)

Sărăcia limbajului televizual

Predominarea imaginii contribuie în mod sigur la sărăcia limbajului televizual și, ca urmare, la sărăcirea lingvistică a telespectatorilor. George Steiner remarcă faptul că „asistăm la o demolare progresivă a limbajului, copleșit de imagine, în special de telematică".[2]

Restul de limbaj care subzistă este însă și el diminuat din punct de vedere calitativ.

Scopul marilor canale de televiziune este obținerea unei cât mai mari audiențe, ca să-și crească astfel la maximum veniturile din publicitate.

Pentru aceasta, cel mai mare numitor comun cultural (promovarea celor mai populare spectacole) și intelectual

---

[1] *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma și Bari, 1998.

[2] «L'immagine ha distrutto la cultura occidentale», interviu de Leonetta BENTIVOGLIO în *La Repubblica* din 15 iulie 2011, p. 6.

(câștigarea de telespectatori și reținerea lor în fața ecranului prin evitarea supunerii lor la vreun efort de înțelegere care i-ar face să schimbe canalul) trebuie însoțit de cel mai mare numitor comun lingvistic (folosirea unui limbaj total accesibil pentru un maximum de persoane). Limba franceză uzuală (adică în afară de vocabularul științific și tehnic) numără între 60.000 și 75.000 de cuvinte.[1] Vocabularul latent (în mod potențial utilizabil și mai ales comprehensibil) este de 30.000 de cuvinte pentru o persoană cultivată și de 2.500 la 6.000 de cuvinte pentru un licean. Un adult folosește în medie 3.000 de cuvinte în viața de toate zilele, iar un licean între 800 și 1.600. Esențialul se poate însă exprima în 600 de cuvinte, care se dovedesc a fi cel mai des folosite și reprezintă 90% din oricare text...[2]

Aceste 600 de cuvinte constituie vocabularul televizual de bază, care, în mod implicit, se cere a fi folosit de vorbitori (prezentatori, jurnaliști, invitați...); pentru tot ce depășește acest număr de 600 de cuvinte de bază, fie se practică tăieturi la montaj, fie se explică sensul celor spuse (ceea ce jurnaliștii fac în mod curent în cazul unor interviuri în direct, când ceea ce se spune nu poate fi controlat dinainte).

Sărăcia limbajului televizual nu poate decât să contribuie la sărăcirea vocabularului celor care stau multe ore pe zi în fața televizorului; iar impactul acestui limbaj sărac asupra realizărilor școlare ale tinerilor, conjugat cu im-

---

[1] Referindu-ne la dicționarele Petit Robert și, respectiv, Grand Robert.

[2] Ca termen de comparație, un studiu lexicologic realizat pe opera lui Maupassant a arătat că el folosește 18.256 de cuvinte, mai mult decât Zola și Proust, dar mai puțin ca Flaubert (a se vedea T. SELVA, «Une étude quantitative du vocabulaire de Maupassant», *L'Angelus. Bulletin de l'Association des Amis de Guy de Maupassant*, 12, 2001-2002, pp. 41-48).

pactul altor factori care țin tot de televiziune, nu a putut să nu fie obiectul unei evaluări negative în studiile pedagogice.[1] Acest deficit lingvistic se confirmă la adulții care consacră multe ore pe zi televiziunii și care, în marea lor majoritate, nu urmăresc programe culturale.

Sărăcirea programată a stilului mediatic

Însă nu doar programele de divertisment sunt afectate de această sărăcire lingvistică, ci și limbajul jurnaliștilor în toate aceste media.

Limbajul jurnalistic a devenit un limbaj standardizat, care exclude orice formă mai complicată de exprimare, adică frazele lungi, cu o sintaxă complexă și un vocabular bogat. Oamenii politici, formați la Facultatea de Științe Politice și la ENA (Școala Națională de Administrație), unde se pune mare preț pe calitatea discursului, unde clasamentul la examene și concursuri ține cont în primul rând de strălucirea acestuia, atunci când ajung în posturi de răspundere, trebuie să învețe să se exprime într-un limbaj cât se poate de sărac. Un ziar a dezvăluit faptul că un ministru tocmai făcuse un stagiu de comunicare, unde a învățat să se exprime în public cu un lexic limitat la 500 de cuvinte.

Ziarele, care pot avea un nivel de bună calitate și cititori elevați, nu scapă nici ele de tentația de a simplifica la maximum exprimarea, ceea ce face în mod inevitabil ca judecata să-și piardă calitățile de argumentare, profunzimea și subtilitatea, care depind în cea mai mare măsură de bogăția limbajului și uneori de complexitatea sa. Jurnaliș-

[1] A se vedea de exemplu A. Lieury, S. Lorant, F. Champault, «Loisirs numériques et performances cognitives et scolaires: une étude chez 27 000 élèves de la 3e des collèges», *Bulletin de psychologie*, 530, 2014, pp. 99-125.

tii nu se supun doar ei acestui regim sobru, ci îl impun și personalităților cărora le iau interviuri.

Philippe Breton observă că:

> Nu se pune problema ca un specialist, un savant, să fie lăsat să vorbească, dacă nu și-a epurat mai înainte discursul de tot ce este socotit ca plicticos sau de neînțeles. Și încă mai bine este să i se pună poza pe ecran, iar peste ea un text scris și citit de un jurnalist. Intervenția unui savant trebuie de acum înainte să fie un divertisment pentru public, care trebuie să aibă parte de „un moment plăcut" și mai ales să nu se confrunte niciodată cu propria-i ignoranță. Informația trebuie întotdeauna să corespundă exigenței de „plin", de „umplut până la refuz", când, de fapt, procesul de cunoaștere se sprijină mult pe identificarea și acceptarea unor zone de ignoranță [...]. Pornind de aici, sunt posibile tot felul de manipulări în transmiterea, sub forma de mesaje mediatice, a cunoașterii. Cea mai curentă este rescrierea interviului [...]. Fenomenul pare să se fi agravat în ultimul timp, ajungându-se la situația că unii intelectuali se întreabă dacă vor continua să acorde interviuri, știind bine că textul lor va fi rescris de mai multe ori, de-a lungul lanțului redacțional, și probabil golit de o parte din substanța sa. Protestelor vehemente pe care le-a produs o astfel de practică sistematică, unii le opun argumentul potrivit căruia nu contează atât ce anume se spune, contează dacă se vorbește despre ce s-a spus. Important este să fii în media ca să exiști, să fii în centrul atenției, chiar dacă mesajul nu mai are în final decât o importanță secundară. În cazul interviului, din text, când acesta e înțeles de jurnalist – ceea ce nu se întâmplă întotdeauna, pentru că și aici, ca peste tot, există profesioniști buni și profesioniști slabi, dispare „firul argumentării". Edificarea unei cunoașteri, apărarea unei idei, se fac în general printr-un proces care constituie o înșiruire de argumente

(de aceea, pentru a le urmări șirul, e nevoie în general de puțină concentrare). Moderatorul însă va lua o frază de aici, o frază de colo, și nu neapărat în ordinea impusă de logica argumentării. El va trata textul ca pe o suită de enunțuri detașabile (informația se acomodează foarte bine cu discontinuitatea, în timp ce cunoașterea este un proces continuu). Se întâmplă frecvent ca autorul să nu mai recunoască nimic din ceea ce a spus. Singurul mijloc de a evita astfel de situații este să încerce să includă într-o singură frază un element important al raționamentului pe care îl susține. Oamenii politici, care știu bine că discursurile lor cele mai gândite și argumentate nu au decât puține șanse să fie reproduse în logica lor inițială, cunosc bine mecanismul și au o bogată provizie de „mici fraze" spectaculoase, bazate pe figuri retorice sau formule-șoc. Neajunsul este că figurile de stil nu prea se pretează nici ele la elaborarea unui raționament bazat pe argumente.[1]

Efectul toxic al SMS-urilor

Sărăcirea lingvistică se manifestă într-o manieră și mai evidentă în noile forme de comunicare specifice calculatoarelor, tabletelor și telefoanelor inteligente.

SMS-urile (mesaje scurte transmise de pe mobil) au căpătat o importanță considerabilă în comunicare, datorită costului redus pe de o parte, iar, pe de alta, datorită scurtimii lor, care cere un minimum de efort pentru a le compune. Această scurtime, legată de asemenea de preocuparea (cel mai adesea nefondată) de a fi cât mai rapid atât în transmiterea unui mesaj (adesea de natură impulsivă), cât și în receptarea unui mesaj (adesea de natură compulsivă),

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1997, pp. 142-143.

se manifestă prin folosirea de abrevieri care reduc cuvintele la sunete îndepărtate de forma lor lexicală scrisă, și printr-un recurs la forme lingvistice marginale sau deformate în raport cu limba de referință.[1]

Lucrul acesta este însoțit de lipsa de grijă în ceea ce privește gramatica și ortografia, conținutul având întâietate în raport cu forma. Fraze întregi sunt reduse la inițialele cuvintelor din care sunt compuse[2] sau la sunetele pe care le conțin, mai mult sau mai puțin fidel reproduse.[3]

Se poate observa ușor aici un sistem de comunicare prescurtat asemănător cu stilul folosit altădată pentru transmiterea mesajelor prin telegraf și în telegrame, sau asemănător cu stenografia. Se poate vedea aici și un exemplu de „*nov*(de la nouvelle)*langue*" (nouă-limbă), cu propria sa structură lingvistică, care nu-și pierde înrudirea cu alte limbi sau dialecte, pentru că este cât de cât articulată.

Totuși, faptul că ea este folosită zi de zi, și nu într-un cadru specific, ci împreună sau în simbioză cu limbajul normal, are anumite efecte negative particulare în raport cu limba oficială de referință.

Acest tip de limbaj, deopotrivă sărăcit și stâlcit, folosit din plin de tineri și chiar de cei foarte tineri, este deosebit

---

[1] De exemplu, în cazul lb. fr.: *à demain* (pe mâine) = a2m1; *à lundi* (pe luni) = al1di; *à plus tard* (pe mai târziu) = a+; *bien sûr* (bine înțeles) = b1sur; *bonsoir* (bună seara): bsr; *impossible* (imposibil): 1posibl; *je le savais* (știam lucrul acesta) = jle sav; *qu'est-ce que c'est?* (ce este) = keskeC; *quoi de neuf?* (ce e nou) = koi29; *vraiment* (într-adevăr): vrMen.

[2] De exemplu: *aussi vite que possible* (cât de repede posibil) = asap (din engleză: «*as soon as possible*»); *bon après-midi* (o după-amiază plăcută) = bap.

[3] De exemplu: *ça y est* (asta e) = ayé; *comment ça va?* (ce mai faci?) = komensava; *d'accord* (de acord) = dak; *en tout cas* (în orice caz) = entouK; *j'espère que tu vas bien* (sper că ești bine): jSpR ktu va bi1; *laisse tomber* (las-o baltă) = l'StonB; *pourquoi* (de ce) = pk.

de dăunător în ceea ce privește formarea lor lingvistică și stăpânirea limbajului. El le oferă într-adevăr impresia că respectul față de lexicul limbii (vocabular) și de gramatică (sintaxă și ortografie) nu este necesar pentru a comunica, îi face puțin motivați, chiar indiferenți, în ceea ce privește procesul de învățare a acestor materii. Fapt care se repercutează asupra pregătirii lor când e vorba de alte discipline școlare, pentru care este necesară în mod necondiționat buna stăpânire a limbajului, la toate nivelele – înțelegerea lecțiilor, redactarea temelor, inclusiv în matematică –, și contribuie la eșecul școlar sau cel puțin constituie un obstacol pentru reușita lor. Tot din această cauză, tinerii au probleme în viața lor socială sau profesională, când trebuie să înțeleagă instrucțiunile pe care le primesc și să redacteze în mod corect diverse documente.

Folosirea limbajului SMS nu dăunează direct limbii de referință (contaminarea este redusă și nu are incidență asupra limbii vorbite, deoarece, în mod esențial, este vorba de un mod special de transcriere a limbajului oral, plasat pe primul loc), ci doar asupra folosirii limbii de unele categorii ale populației, și creează astfel nivele lingvistice, intelectuale și culturale diferite, care sporesc inegalitățile sociale.

Restrângerea limbajului și a gândirii prin aceste forme succinte de comunicare

Mesajele de pe Twitter și mailurile au păstrat în general un nivel lingvistic mai elevat decât SMS-urile, primele pentru că sunt folosite pentru o difuzare de masă, ajungând adeseori în diverse sfere ale societății, fapt care le impune o mai mare atenție la redactarea lor, iar celelalte pentru că au înlocuit scrisorile și păstrează (în pofida unei

sărăciri considerabile) anumite forme care țin de modul tradițional de redactare.

Însă ambele constituie, împreună cu SMS-urile, o formă de comunicare caracterizată prin scurtime.

Or, această scurtime a celei mai răspândite, la modul global, forme de comunicare din zilele noastre este în mod particular dăunătoare pentru gândire.

Putem vedea, firește, în formele succinte de exprimare (așa cum se manifestă mai ales în mesajele de pe Twitter) o chintesență a gândirii, dacă ne gândim la proverbe, maxime, apoftegme, sau încă și la forma de haiku din poezia japoneză. Între aceste expresii laconice ale unei experiențe și înțelepciuni milenare și universale, sau aceste forme șlefuite cu maximă finețe ale unei poezii extrem de încifrate, și frazele scrise rapid pe tastatură, transpunând în mod brut o impresie sau o emoție de moment, cel mai adesea, așadar, fără nici o clipă de reflecție, există o imensă distanță.

George Steiner consideră că nu numai abundența de imagini este cea care erodează treptat-treptat limbajul, ci și aceste forme reduse de exprimare neomediatică: „Limbajul este devorat de minimalismul obsesional al codurilor electronice, ca cel al mesajelor din ce în ce mai comprimate [trimise] de pe telefoanele mobile."[1]

SLĂBIREA CAPACITĂȚII DE REFLECȚIE

Folosirea noilor media provoacă o diminuare a reflecției, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ.

Reflecția nu este simpla activitate a gândirii, adică fluxul de reprezentări, imagini sau idei. Reflecția este un pro-

[1] *Loc. cit.*

ces ordonat, în care intervine intuiția, dar și rațiunea cu ale sale categorii logice și propriile ei exigențe (mai ales în materie de organizare și argumentare), din care nu lipsește spiritul critic. După cum indică și termenul[1], reflecția nu înseamnă primul gând care-ți vine în minte, ci cu adevărat mai curând o revenire asupra lui pentru a-l examina, pentru a-l prelucra, pentru a-l certifica. Ea impune așadar un recul, o distanță, și prin urmare timp.

Or, noile media funcționează fără sau aproape fără întrerupere, într-un flux continuu care împiedică gândirea să se oprească și să se întoarcă asupra sa. Facultățile intelectuale nu fac decât să urmeze acest flux, fiind în mare măsură reduse la o stare de dependență și de pasivitate.

Incompatibilitatea dintre reflecție și noile media ține și de faptul că timpul acestora este constituit dintr-o succesiune de momente, pe când reflecția se desfășoară într-o durată relativ lungă.

În fine, noile media funcționează întotdeauna în regim de urgență: trebuie comunicate rapid informațiile, trebuie răspuns imediat la telefon sau la mailuri, trebuie trimise rapid SMS-uri sau mesaje pe Twitter, pentru a răspunde rapid la solicitări sau pentru a reacționa rapid la evenimente. Această rapiditate nu este favorabilă pentru reflecție, care, cu excepția unor situații rare și cu adevărat urgente, are nevoie de un timp al ei.

Nicolas Carr, în ceea ce-l privește, arată cum utilizarea Internetului – pentru că obligă în permanență la evaluarea *link*-urilor și prin urmare la alegerea unei anumite navigări, în timp ce procesează o mulțime de stimuli senzoriali fugitivi, pentru că solicită în permanență o coordo-

[1] Din lat. *reflexio* – întoarcere – *n. trad.*

nare mintală și luarea de decizii – realizează o adevărată deturnare a resurselor mintale și împiedică creierul să caute să înțeleagă ce citește și cu atât mai mult îl împiedică să reflecteze în profunzime.[1]

Epoca noastră pare să justifice teama formulată de Heidegger la mijlocul veacului trecut, și anume de a vedea cum progresul tehnologic copleșește ceea ce constituie esența însăși a umanității noastre, și anume „gândirea meditativă".[2]

INFORMAȚII CARE NU CONSTITUIE NICI ȘTIINȚĂ, NICI CUNOAȘTERE

După cum am spus deja referitor la efectele lor în domeniul culturii și al educației, noile media, în special televiziunea și Internetul, aduc o mulțime de informații. Dar aceste informații, din cauza masivei lor cantități, greu de stăpânit, nu fac altceva decât „să producă amețeală" și sfârșesc prin a se anihila, deoarece se știe că „prea multă informație ucide informația".[3]

O informație nu este utilă și nu îmbogățește decât dacă este supusă unui proces de înțelegere, care poate să-i dea un sens. Or, după cum notează Jean Baudrillard, „ne aflăm într-un univers în care sunt tot mai multe informații și tot mai puțin sens".[4]

Presupunând că informațiile ar putea fi totuși bine administrate, ele tot n-ar produce cunoaștere, care nu este o simplă acumulare de informații.

---

[1] *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, p. 176.

[2] *Discourse on Thinking*, Harper & Row, New York, 1966, p. 56.

[3] Cf. M. Hautefeuille și D. Véléa, *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, Payot & Rivages, 2014, p. 89.

[4] *Simulacres et simulation*, Galilée, Paris, 1981, p. 119.

Pentru însăși natura noilor media, informațiile sunt primite în general în mod pasiv, discontinuu, fragmentar; ele nu fac obiectul unui proces de examinare, de ordonare, de asimilare îndelung gândite. Chiar atunci când informațiile au acest potențial de a fi de calitate, putem observa că utilizatorilor Internetului în general „le este greu să-și formuleze întrebările, să trieze rezultatele obținute și să ierarhizeze sursele"[1]; le este de asemenea greu să sintetizeze datele culese.

Suma informațiilor primite nu este o știință propriu-zisă; aceasta se sprijină pe baze sigure, implică o formalizare, posedă o unitate și este în mod ierarhic situată în sânul culturii, potrivit importanței și valorii sale.[2]

A fortiori informația nu constituie cunoaștere, care implică o înțelegere în profunzime a unei științe și o însușire personală și inteligentă a acestuia.

SLĂBIREA MEMORIEI

Un alt efect notabil al utilizării noilor media este slăbirea memoriei.

Posibilitățile de memorare internă oferite de calculatoare și de mijloacele de stocare anexe (hard discuri externe, stickuri USB, discuri DVD) sau exterioare (oferite sau închiriate de la prestatorii de servicii, numite *cloud*), dar și posibilitatea de a găsi imediat orice informație dorită pe Internet, îi dau lui *homo connecticus* impresia că nu are nici un rost să-și încarce propria memorie cu tot felul de date.

[1] *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, p. 117.

[2] Privind diferența dintre informație și cunoaștere, se poate consulta analiza lui D. DE ROUGEMONT: «Information n'est pas savoir», *Diogène*, 116, 1981, pp. 3-19.

Aceste noi posibilități par a avea avantajul că ne scutesc de orice efort de memorare, de aducere-aminte și de ținere de minte a celor memorate. Noile dispozitive beneficiază de un grad de securitate mai mare decât memoria umană, care nu înregistrează perfect informațiile, cu timpul își pierde sau modifică amintirile, și le redă întotdeauna tot mai diminuate și alterate. Dar, după cum am văzut în capitolul referitor la viața culturală, posibilitatea de a descărca articole și cărți întregi îi sustrage pe cei interesați de ele de la memorizarea lor și chiar de la cunoașterea conținutului lor, prin iluzia că, de vreme ce le-au salvat pe un hard disc, într-un anume fel au intrat în posesia lor și pot dispune de ele când și după cum voiesc, ca și atunci când le memorează conținutul.

De fapt, lucrul acesta golește memoria sau, în cel mai bun caz, o reduce la un soi de index. Ea este referitor la informațiile complete ceea ce este cartea de telefon pentru persoane sau fișierul pentru cărțile din biblioteca ce le conține.

După cum observă Peter Suderman, „în loc să memorăm informația însăși, ne amintim doar că o avem undeva stocată". „Net-ul ne învață să gândim ca el – și anume ca un instrument de apelare și conectare." Spre deosebire de eroii romanului lui Ray Bradbury *Fahrenheit 451*, care memorau cărți întregi, „noi nu dorim să devenim cărți, noi dorim să devenim indexuri și indici", „alegând în locul cunoașterii înseși cunoașterea celor pe care le cunosc alții și în care cunoașterea propriu-zisă este doar depozitată", așa încât până la urmă „în mintea noastră nu mai păstrăm decât foarte puține cunoștințe profunde".[1]

[1] «Your Brain is an Index», *The American Scene. An Ongoing Review of Politics and Culture*, 10 mai 2009.

Slăbirea memoriei nu este legată numai de capacitățile de stocare oferite de noile media, ci și de diferitele facilități pe care ni le oferă cultura digitală în diversele operații din viața cotidiană. De exemplu, faptul că numerele de telefon sunt înregistrate în agenda de contacte din telefonul mobil face ca noi să nu mai ținem minte numerele de telefon ale rudelor și prietenilor noștri. Iar faptul că avem la îndemână mici aparate de calculat (incluse acum în toate telefoanele mobile) face ca adesea să nu mai fim în stare să facem mintal operații simple, și cu atât mai mult operații complexe, ca împărțirea sau extragerea rădăcinii pătrate, pe care odinioară le făcea cu ușurință orice elev din școala primară.

Capacitatea de memorare externă conduce nu doar la externalizarea, ci și la devalorizarea memoriei; memorarea personală pare să fie o pierdere de timp, iar efortul de a-ți aminti ceva, un consum inutil de energie. Există astfel o prăpastie între civilizația noastră digitală modernă și societățile tradiționale, care prețuiau într-atât memoria, încât au făcut din ea o zeiță (Mnemosyne, la greci) sau un „sanctuar" în care sălășluiește Dumnezeu, o cale de pătrundere la El[1], iar memorarea marilor texte literare sau sfinte, chiar atunci când ele existau sub formă de copii sau cărți tipărite, constituia un exercițiu de bază în educarea de mici a copiilor.

Memoria este o facultate a minții foarte suplă, care se dezvoltă prin exercițiu și, dimpotrivă, se atrofiază dacă nu e folosită. Deprinderea cu recitarea pe de rost era altădată

[1] A se vedea de exemplu Fericitul Augustin, *Confesiuni*, Cartea a X-a și a XI-a [tr. rom. de Prof. dr. docent Nicolae Barbu, în: FERICITUL AUGUSTIN, *Scrieri alese*, Partea întâi, *Confessiones-Mărturisiri*, EIBMO, București, 1985, pp. 206-262 – *n. trad.*].

unul dintre exercițiile de bază în clasele primare nu numai pentru a-i introduce pe micii școlari într-un întreg tărâm al culturii literare (poezie, teatru...), ci și pentru că le dezvolta memoria și o făcea capabilă de cele mai bune rezultate la toate celelalte materii școlare. Extraordinara aptitudine a actorilor de teatru de a învăța pe de rost în câteva săptămâni nu doar propriul rol, ci și întreaga piesă pe care o pregătesc, sau cea a dirijorilor de a învăța pe dinafară partituri lungi și complexe, nu se datorează unei facultăți supraomenești, nici unei harisme speciale, ci unui exercițiu de memorie practicat în mod intens și regulat. Se poate observa cum, dimpotrivă, o slabă exercitare a memoriei produce în ceea ce o privește dificultăți în reținerea de texte chiar foarte scurte, sau când e vorba de reamintirea unor lucruri memorate anterior.

Putem nota de asemenea faptul că memorarea este cu atât mai ușoară cu cât conținutul ce trebuie memorat și păstrat în memorie posedă ceea ce teoreticienii curentului *Gestaltpsychologie* numesc „o bună formă", caracterizată mai ales printr-o structură organizată și coerentă (de aceea este mai ușor de memorat un poem decât un text în proză, sau o melodie decât o succesiune aleatorie de note). Or, conținutul noilor media (în special Internetul) se prezintă în general ca un flux de elemente diverse, fără coerență internă, cu atât mai mult cu cât prin legăturile și conținutul variat (texte, fotografii, imagini video, muzici) ele sunt în sine surse de dispersie pentru minte.

În vreme ce memoria cere repetarea unui același conținut și a formei identice în care se exprimă acesta, noile media se caracterizează printr-o schimbare necontenită, fie că e vorba de Internet, unde pagini noi defilează în per-

manență, fie de televiziune care, temându-se să nu-și plictisească și să nu-și piardă audiența, vede în tot ce este static sau se repetă un defect care trebuie neapărat evitat, și produce secvențe unice din ce în ce mai scurte.

Procesul de memorare impune de asemenea concentrare, ca și procesul de rememorare (sau de amintire voluntară), acesta din urmă într-un grad mai mic. Or, după cum vom vedea în secțiunea următoare, utilizarea noilor media slăbește considerabil capacitatea de concentrare. Fiecare dintre noi, când are de a face cu persoane dependente de noile media (fie și destul de slab), poate constata că adeseori ele răspund cu întârziere la întrebările ce li se pun, și chiar uneori cer să li se repete întrebarea. E vorba de o uitare care afectează memoria de scurtă durată, asemănătoare cu cea întâlnită în maladiile degenerative care afectează memoria (Alzheimer, demență ...), chiar dacă mai puțin grav, și legat de o lipsă de atenție la lume, legată la rândul ei de o lipsă de concentrare.

Reflecția întreține legături intime cu memoria, pe care William James le rezuma astfel: „Arta de a-ți aminti este arta de a reflecta."[1] Există de asemenea raporturi strânse între memorie și inteligență, inteligența însemnând o punere în legătură a datelor furnizate de cunoașterea imediată, dar și de memorie. Slăbirea memoriei se transpune inevitabil într-o slăbire a proceselor reflexive, intelectuale și cognitive.

John Sweller, specialist în psihologia educației, a arătat că în procesul de învățare există două forme de memorie în interacțiune: memoria de scurtă durată și memoria de

[1] *Talks to Teachers on Psychology*, Henry Holt and Company, New York, 1916, p. 143. Este concluzia capitolului 12 (pp. 116-143), care este o demonstrație a acestei afirmații.

lungă durată. Prin cea dintâi, păstrăm impresiile și gândurile imediate sub forma de amintiri pe termen scurt (doar câteva secunde). Prin cea de-a doua, păstrăm tot ce am învățat despre lume, în mod conștient sau inconștient, sub formă de amintiri pe termen lung (câteva zile, luni și ani întregi, chiar toată viața). O formă a memoriei de scurtă durată, și anume memoria de lucru, operează transferul de informații în memoria de lungă durată și contribuie în mod treptat la constituirea unui spațiu personal de stocare a cunoștințelor; numai prin conținutul acestei memorii de lucru suntem noi conștienți în orice moment. Memoria de scurtă durată este într-un fel un bloc-notes al minții, în vreme ce memoria de lungă durată constituie sistemul ei de clasificare. Memoria de lungă durată depozitează în mod organizat nu doar fapte, ci și concepte și scheme. Prin referire la ele, gândirea noastră acordă sens elementelor de informație dispersate și totodată se îmbogățește și se aprofundează: profunzimea inteligenței noastre este legată de capacitatea de a transfera informațiile din memoria de lucru în memoria de lungă durată și de a le integra în scheme conceptuale dobândite de-a lungul unor lungi perioade.[1]

Contrar memoriei de lungă durată, care are o capacitate aproape nelimitată, memoria de lucru nu poate conține decât o modestă cantitate de informații, care dispar repede, cu excepția cazului când le reactivăm prin repetare.

Transferul informației din memoria de lucru în memoria de lungă durată poate fi comparat cu umplerea unei căzi de baie cu ajutorul unui degetar. Or, prin viteza și intensitatea fluxului de informații pe care le impun, noile media

[1] *Instructional Design in Technical Areas*, ACER Press, 1999, p. 4.

au o puternică influență asupra acestui proces. Când citim o carte, robinetul informațiilor picură în mod regulat și îl putem regla prin ritmul lecturii. Prin concentrarea asupra textului, putem transfera toate sau o parte din informații, degetar după degetar, în memoria de lungă durată, și să construim o mulțime de asociații, esențiale pentru elaborarea unor scheme. Cu Internetul ne aflăm în fața a numeroase robinete de informații, care curg cu un debit maxim. Și în timp ce noi alergăm de la un robinet la altul, micul nostru degetar dă pe afară, și nu putem transfera decât o mică parte din informații în memoria de lungă durată, iar ce reușim să transferăm nu este altceva decât un amestec de stropi scurși din felurite robinete, și nu un flux continuu și coerent, care provine dintr-o singură sursă.

Informațiile care trec în memoria noastră de lucru la un moment dat sunt ceea ce se numește „încărcare cognitivă". Atunci când această încărcare depășește capacitatea noastră mintală de stocare și tratare a informațiilor – când apa se revarsă din micul nostru degetar –, nu mai suntem în stare să reținem informații sau să stabilim legături cu cele deja depozitate în memoria de lungă durată. Nu putem transpune noile informații în scheme. Aptitudinea noastră de învățare este diminuată, iar înțelegerea noastră rămâne superficială. Experiențele au arătat că, atunci când atingem limitele memoriei noastre de lucru, ne este mai greu să facem o distincție între informațiile pertinente și superflue. Devenim consumatori neinteligenți de simple date.

Dificultățile de a înțelege un subiect sau un concept se arată a fi „puternic determinate de încărcarea memoriei de lucru, scrie Sweller, și cu cât materialul pe care încercăm să-l înțelegem este mai complex, cu atât este mai grea

amenda pe care o aplică o minte supraîncărcată". Sursele posibile ale unei supraîncărcări cognitive sunt numeroase, dar, după Sweller, cele mai importante sunt două: rezolvarea unor probleme exterioare și dispersarea atenției. Aceste două cauze se întâmplă să fie de asemenea două dintre principalele caracteristici ale Internetului în calitatea sa de mijloace de informare.[1]

DISTRUGEREA CAPACITĂȚII DE ATENȚIE ȘI DE CONCENTRARE

Un alt efect negativ foarte grav produs de noile media asupra vieții intelectuale este slăbirea și, în anumite cazuri, distrugerea facultății de atenție și de concentrare.

Homo connecticus a devenit, în numeroase cazuri, incapabil să dea dovadă de o atenție susținută, de concentrare, pentru a da astfel activităților sale continuitatea necesară eficacității lor. După cum notează Raffaele Simone, „mediasfera duce la predominarea inconstanței în raport cu concentrarea, a fragmentării în raport cu continuitatea".[2]

Atenția și concentrarea sunt strâns legate: concentrarea reclamă atenție, iar atenția presupune concentrare. Atenția constă în fixarea și concentrarea gândirii pentru un anumit timp, într-una dintre operațiile sale (percepție, imaginație, memorizare, reflecție...) asupra unui anumit obiect. Atenția, ca una care implică concentrare, se opu-

[1] Această analiză a studiului lui Sweller și raportarea sa la utilizarea Internetului este împrumutată din N. CARR, *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, pp. 177-181.

[2] *Pris dans la Toile. L'esprit au temps du Web*, Gallimard, Paris, 2012, p. 25.

ne distragerii și dispersiei; ca una care implică o fixare, se opune inconstanței și instabilității; ca una care impune o anumită durată de manifestare a ei, se opune manifestării instantanee; ca una care pune în lucrare o singură activitate, se opune realizării simultane a mai multor activități.

Or, toate noile media, prin modul lor de funcționare și utilizare, implică tot ce se opune atenției. După cum am remarcat deja din destul, ele se caracterizează printr-un flux necontenit, eminamente mobil și instabil de texte, imagini și sunete. Atunci când multe dintre ele sau dintre funcțiunile lor sunt folosite simultan (de exemplu, calculatorul și telefonul, sau, pe calculator, stația de lucru și poșta electronică), această instabilitate nu privește doar la modul intern fiecare dintre aceste dispozitive, ci ține de trecerea de la unul la altul. E de la sine înțeles că multiplele semnale pe care le transmit (succesiune de imagini la televiziune, soneria telefonului, alerte de mailuri, SMS-uri, mesajele de pe Twitter, evenimentele de pe Facebook, știrile pe fluxurile RSS la care suntem abonați...) sau numeroasele oferte de „excursii" pe care le propun (zaparea prin telecomandă pentru televiziune, *link*-uri pentru Internet) constituie surse permanente de distragere a atenției; acestea, atunci când nu împiedică cu totul atenția, îi stopează procesul, abătând-o de la obiectul asupra căruia se îndreaptă.

Anumite motive, pe care le-am enunțat anterior (nevoia de a scăpa de singurătate sau de plictiseală, căutarea permanentă de noutăți), îi mână pe utilizatorii de Internet sau de telefoane inteligente să nu se mărginească la semnalele de avertizare, ci să pornească ei înșiși necontenit în căutarea de noi mesaje.

Pentru *homo connecticus* devine tot mai greu să dispună de porții de timp îndeajuns de lungi pentru a-și fixa atenția și a se concentra, pentru că el este supus unei lumi de solicitări, interne și externe, pe care nu le stăpânește, cu întreruperi aproape permanente, și pentru că timpul de care dispune nu mai e durata sub formă de secvențe temporale relativ lungi, ci o succesiune eterogenă de momente.

În sfârșit, *multitasking*-ul – realizarea simultană a mai multor activități, utilizând mai multe media (de exemplu, scriem un mail sau consultăm Internetul în timp ce dăm telefoane) sau unul dintre ele (operații multiple într-o aceeași secvență de timp pe Internet) – se opune exigenței fundamentale impusă de atenție, și anume dedicarea conștiinței (cu diversele sale funcții) unei singure activități; în mod inevitabil, el fie divizează atenția, mai puțin pentru că face din ea două părți mai mici, cât pentru că o silește să facă un du-te-vino rapid între două activități, ceea ce o lipsește pe fiecare dintre ele de partea de atenție acordată celeilalte; lucrul acesta, per ansamblu, implică un deficit de atenție față de toate activitățile, pentru că nu i se mai acordă nici uneia durata de care are nevoie pentru a se exercita deplin.[1] La toate acestea se adaugă faptul că o parte din atenția globală este folosită la gestionarea procesului însuși de *multitasking* (modul de trecere de la o sarcină la alta, uitarea celei precedente și adaptarea la cea următoare), fiind așadar prelevată din atenția dedicată conținutului însuși al acestor sarcini. Un alt efect negativ al *multitasking*-ului asupra atenției, care privește conținutul însuși al gândirii, este faptul că cei care s-au obișnuit cu

[1] Privind efectul de dispersare al *multitasking*-ului și urmările vătămătoare asupra atenției, a se vedea în special R. Casati, *Contre le colonialisme numérique*, Albin Michel, Paris, 2013, pp. 99-100.

modul acesta de a lucra sunt mai ușor distrași de stimulii ambientali lipsiți de importanță și se lasă atrași cu ușurință de orice se întâmplă în jurul lor.[1]

Atenția este în mod fundamental o facultate – adică o capacitate – înnăscută a omului, dar, la fel ca memoria (și spre deosebire de percepție, care este în mare parte spontană), ea se dezvoltă prin practică și se atrofiază când nu este exersată.

Fenomenele de dispersare și distragere permanentă cauzate sau favorizate de ambianța mediatică împiedică la copii formarea atenției și constituirea obișnuinței de a fi atenți și de a se concentra, și distrug la adulți capacitățile de atenție și concentrare pe care le-au dobândit.[2]

Se poate obiecta desigur că a privi o emisiune de televiziune cere un minimum de atenție pentru a-i urmări „firul", și că utilizarea Internetului reclamă o mult mai mare atenție (la funcțiile de navigare, la ecran și la conținut), și de aceea folosirea lui îndelungată este atât de obositoare. Această obiecție este pertinentă doar parțial (cu excepția ultimului argument, căci oboseala este cauzată într-adevăr de fluxul de date și de dispersare, mai mult decât de atenția încordată). Dar pentru a măsura valoarea și limitele atenției, tot așa cum am deosebit două tipuri de memorie (cea de scurtă și cea de lungă durată), trebuie să de-

---

[1] A se vedea E. Ophir, C. Nass, A.D. Wagner, «Cognitive control in media multitaskers», *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 106, nr. 37, 2009, pp. 15583-15587.

[2] O corelație clară se manifestă deja între timpul petrecut în fața televizorului în perioada copilăriei și deficitul de atenție observat în adolescență (a se vedea C.E. Landhuis, R. Poulton, D. Welch, R.J. Hancox, «Does Childhood Television Viewing Lead to Attention Problems in Adolescence? Results from a Prospective Longitudinal Study», *Pediatrics*, 120, 2007, pp. 532-537).

osebim două tipuri de atenție: o atenție pasivă și o atenție activă.

Atenția pasivă nu este un început al atenției active, nici o parte din ea, nici un sprijin pentru ea: dimpotrivă, i se opune. Cum bine se vede în cazul televiziunii, atenția pasivă captează întreaga atenție și o captivează, în sensul concret al termenului (este de altfel unul dintre scopurile canalelor de televiziune, care dispun pentru aceasta de tehnici foarte elaborate[1]), nelăsând în nici un fel loc pentru atenția activă.

Chiar dacă utilizatorul de Internet nu este, ca telespectatorul, pasiv în fața unui ecran în care îi este impus un flux de imagini, dar el contribuie puternic, atât intelectual (prin alegerile pe care le face), cât și fizic (prin mișcarea degetelor) la definirea conținutului acestora, o parte din atenția sa activă este amputată prin aceste procese; și, de altfel, dă dovadă de atenție pasivă atunci când se lasă captivat de imaginile, secvențele video, sunetele și legăturile care populează paginile. De unde și paradoxul identificat de Nicolas Carr: „Utilizarea Internetului comportă numeroase paradoxuri, dar cel care asigură un impact major, pe termen lung, asupra modului nostru de a gândi este acesta: Net-ul nu ne atrage atenția decât pentru a o dispersa."

Pierderea capacității de atenție sau slăbirea ei produc prejudicii serioase în pregătirea școlară a copiilor. Ele se petrec chiar la școală, unde învățătorii și profesorii constată dificultatea din ce în ce mai mare a copiilor de a se concentra, și, în mod contrar, tendința crescândă de a fi

[1] A se vedea M. Desmurget, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévition*, ed. a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 87-89.

agitați și de a se agita, lucru vizibil încă de când au început să fie utilizatori dinamici ai noilor media (televiziune, apoi jocuri video, apoi calculatoare, tablete și telefoane inteligente). Fenomenul de hiperactivitate care se constată din ce în ce mai mult la copiii din noile generații (și care, în unele țări, ca Statele Unite sau Germania, este considerat drept o boală care se tratează în mod masiv cu medicamente, ca Ritaline), trebuie să fie în mare parte pus pe seama folosirii intense a noilor media.

Slăbirea capacității de atenție este de asemenea dăunătoare pentru adulți, în ceea ce privește timpul dedicat muncii și calitatea acesteia.

Statisticile arată că o parte importantă din timpul de muncă este răpită de activitatea pe noile media, o activitate care este departe de a fi întotdeauna de natură profesională; s-a ajuns până într-acolo încât a trebuit ca unele companii să ia măsuri de interzicere a trimiterii de mailuri personale, a folosirii telefoanelor mobile și a consultării internetului în alte scopuri decât cele profesionale, la locul de muncă.

Starea de distragere permanentă pe care o implică noile media prin solicitările lor influențează calitatea muncii, care devine mai puțin eficace, mai superficială, și crește riscul comiterii de erori.

Consecințele pot fi grave atunci când aceste erori sunt comise de persoane care lucrează cu mașini-unelte, de conducătorii de vehicule sau de persoane care se ocupă de îngrijirea bolnavilor sau a vârstnicilor. În 2009, *New York Times* a consacrat o serie de articole accidentelor provocate de șoferi distrați, care, în timp ce conduceau, vorbeau la mobil. Ea s-ar putea prelungi cu ușurință printr-o altă

serie, consacrată fenomenului denumit de americani *distracted doctoring* (care s-ar putea traduce prin „îngrijire medicală lipsită de atenție"). Un articol din același ziar[1] se îngrijora recent pe această temă, dând diverse exemple, între care acela al unui neurochirurg care purta conversații telefonice personale prin intermediul unui dispozitiv portabil, în timp ce opera; al unor anesteziști care navigau pe site-uri extra-profesionale, pe calculatorul din blocul operator, în timpul operațiilor; al unei asistente care își cumpăra bilete de avion folosindu-și iPhone-ul în cursul unei intervenții; al unor medici și asistente care-și consultau sau trimiteau mailuri în timp ce intubau un pacient; al unor specialiști în tehnica medicală – peste 50%, potrivit unui sondaj realizat pe un eșantion de 439 persoane – care telefonează sau scriu SMS-uri în timpul efectuării unui by-pass cardio-pulmonar în cursul operațiilor de chirurgie cardiacă. Pentru multe cadre medicale, *multitasking*-ul este un lucru obișnuit, iar medicii în vârstă constată că tinerii lor confrați pot fi mai distrați, pentru că s-au deprins să fie conectați în permanență. „Sentimentul meu profund este că viețile pacienților sunt în pericol", declara doctorul Papadakos, care a publicat recent în revista *Anesthesiology News* un articol referitor la „distragerea electronică", pe care el o numește un „coșmar digital".[2]

[1] M. Richtel, «As Doctors Use More Devices, Potential for Distraction Grows», *New York Times* din 14 decembrie 2011. A se vedea și P. Buscell, «Do Electronic Devices in Health Care Present New Risks for Patient Safety?», *Plexus Institute*, 15 decembrie 2011; R. Buckwalter-Poza, «Treat, Don't Tweet: The Dangerous Rise of Social Media in the Operating Room», *Pacific Standard. Politics & Law, Business & Economics, Health & Behavior, Nature & Technology*, 16 aprilie 2014.

[2] P.J. Papadakos, «Electronic Distraction: An Unmeasured Variable in Modern Medicine», *Anesthesiology News*, 37, noiembrie 2011.

FRAGMENTAREA ȘI DESTRUCTURAREA GÂNDIRII

Unele dintre efectele cele mai catastrofale ale folosirii noilor media sunt fragmentarea și destructurarea gândirii, efecte care sunt în mare parte consecința procesului de dispersare pe care tocmai l-am descris.

Televiziunea, prin fluxul său de imagini diverse, pe care realizatorii îl fac din ce în ce mai rapid, Internetul, prin suita de pagini care, fiecare, conțin o multitudine de surse de distragere, diversele media la care suntem conectați în același timp și *multitasking*-ul (trecerea de la un dispozitiv din media la altul, sau de la un element la altul în cadrul aceluiași dispozitiv) provoacă o dispersare permanentă a gândirii, care duce la pierderea unității și coerenței sale, odată câștigate, sau, în cazul tinerilor, care încă nu și le-au însușit, o împiedică să le dobândească. Înainte chiar de a afecta aceste calități, toate cele spuse mai sus duc la pierderea continuității în gândire, dându-i forma unui soi de *patchwork* alcătuit din materiale, forme și culori diverse, ale cărui elemente eterogene nu sunt nici măcar cât de cât însăilate.

Folosind o comparație din domeniul muzical, am putea spune despre gândirea utilizatorilor de Internet că sfârșește prin a adopta un ritm de staccato, corespunzător felului în care ei parcurg paginile de pe Net[1], și forma unei suite de note care nu mai alcătuiesc o melodie, care și-a pierdut orice frazare și orice legato.

---

[1] Cf. N. Carr, *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010, p. 26.

MODIFICAREA STRUCTURII ȘI A FUNCȚIONĂRII CREIERULUI

Teza eseului semnat de Nicholas Carr, *Internet rend-il bête?*, este tocmai faptul că Internetul și noile media au modificat profund felul nostru de a gândi și că această modificare a început să se înscrie în însăși structura și funcționarea creierului nostru. Înainte de a aborda problema Internetului, autorul consacră un lung capitol înfățișării modului în care a evoluat concepția științifică despre creier, trecând de la ideea, dominantă multă vreme, a unei structuri solide și stabile, chiar imuabile în starea adultă, la ideea, pusă în evidență începând cu anii '70 ai secolului trecut, a unei structuri suple și plastice, inclusiv la vârsta maturității.[1]

> De fiecare dată când efectuăm o activitate sau când avem o senzație, fie că sunt fizice sau mintale, în creierul nostru se activează un ansamblu de neuroni. Dacă sunt apropiați, acești neuroni se unesc unii cu alții prin schimbul de neurotransmițători sinaptici [...]. Pe măsură ce se repetă aceeași experiență, legăturile sinaptice între neuroni se consolidează și se multiplică [...]. Ceea ce învățăm în timpul vieții se montează în mintea noastră prin conexiunile celulare în perpetuă schimbare. Lanțurile de neuroni aflați în legătură constituie adevărate „căi vitale" pentru mintea noastră. Oamenii de știință au rezumat dinamica esențială a plasticității neuronale printr-o expresie cunoscută sub numele de legea lui Hebb: „Celulele care se activează între ele se cablează între ele."[2]

Astăzi, continuă Carr, începe să se risipească ceața care ascundea interacțiunea dintre tehnologie și minte. Recen-

[1] *Op. cit.*, pp. 39-63.
[2] *Ibid.*, pp. 54, 51-52, 57.

tele descoperiri referitor la neuroplasticitate [...] ne spun că instrumentele folosite de ființa umană pentru a susține sau a prelungi sistemul său nervos – toate aceste tehnologii care au influențat de-a lungul istoriei modul în care noi găsim, stocăm și interpretăm informațiile, modul în care ne dirijăm atenția și ne mobilizăm simțurile, modul în care ne amintim și în care uităm – au modelat structura fizică și funcționarea minții omenești. Folosirea lor a întărit anumite circuite nervoase și a slăbit altele, a consolidat anumite caracteristici mintale, iar pe altele le-a făcut să dispară.[1]

Printre noile tehnologii, cele ale noilor media legate de Internet au contribuit în mod sigur la remodelarea structurii și a modului de funcționare a creierului uman, pentru că folosirea lor ocupă un timp considerabil în viața omului modern, îi mobilizează în mod activ diferitele sale facultăți psihice și intelectuale, și o parte din facultățile corporale (senzații, mișcări ale membrelor superioare), și implică fenomene repetitive pe plan mintal și pe plan motor. Carr scrie pe acest subiect:

> Un lucru este foarte clar: dacă, cunoscând ce știm azi despre plasticitatea creierului, doriți să inventați un dispozitiv media care să cableze circuitele noastre mintale cât se poate de repede și complet, veți sfârși probabil prin a concepe ceva care ar semăna foarte mult cu Internetul și care ar funcționa ca el. Iar aceasta, nu doar pur și simplu pentru că avem tendința de a folosi Net-ul în mod regulat, sau chiar obsesiv, ci pentru că Net-ul produce exact acei stimuli senzoriali și cognitivi – repetitivi, intensivi, interactivi și adictivi – despre care s-a demonstrat că alterează puternic și rapid circuitele și funcțiile creierului.[2]

[1] *Ibid.*, p. 79.
[2] *Ibid.*, p. 168.

Știind că creierul nostru se modifică de manieră substanțială la nivel fizic și funcțional de fiecare dată când dobândim o nouă competență, putem să ne imaginăm repercusiunile pe care le au asupra lui activitățile ce țin de noile media, care, repetate de nenumărate ori în fiecare zi, sfârșesc prin a echivala cu milioane de ședințe de antrenament: creierele noastre vor fi evident „remodelate masiv printr-o astfel de expunere".[1]

De notat faptul că asupra creierului nostru se repercutează la nivel neurologic nu doar ceea ce facem utilizând noile media, ci și ceea ce nu facem în timpul pe care acestea ni-l răpesc. Nicholas Carr explică astfel:

> După cum neuronii care se activează între ei se cablează între ei, cei care nu se activează între ei nu sunt cablați între ei. În termeni de timp, cu cât parcurgem mai mult pagini pe Net, cu atât mai puțin citim cărți; cu cât schimbăm mai mult mesaje și texte de mai mulți octeți, cu atât mai puțin compunem fraze și paragrafe; cu cât sărim mai mult de la un *link* la altul, cu atât mai puțin reflectăm și medităm în liniște; din acest motiv, circuitele care servesc aceste vechi funcții și aceste activități intelectuale desuete slăbesc și încep să se distrugă. Creierul reciclează neuronii și sinapsele care nu mai sunt folosite și le repartizează altor activități mai presante. Noi dobândim noi competențe și noi perspective, dar le pierdem pe cele vechi.[2]

Cu siguranță, nu creierul definește conținutul gândirii, ea avându-și izvorul în mintea omenească. Însă în starea actuală a alcătuirii omenești, sufletul și corpul sunt legate între ele și interacționează. Forma gândirii noastre

---

[1] M. Merzenich, citat de N. Carr, *op. cit.*, p. 173.
[2] *Ibid.*, pp. 173-174.

contribuie la modelarea creierului nostru, care, la rândul lui, prin sistemele de conexiuni care s-au format în el prin modurile obișnuite de a gândi, de a acționa sau de a reacționa, orientează gândirea în modurile sale de funcționare.

Fluxul de informații diverse și eterogene produs de noile media, multitudinea de solicitări care distrag și dispersează facultățile intelectuale în activitatea lor, care slăbesc atenția și reduc concentrarea, noua modalitate de a se citi în diagonală, de a scrie telegrafic, toate acestea imprimă în creier moduri de funcționare uzuale, pe care el, la rândul său, le provoacă în reacțiile pe care *homo connecticus* le are în mod spontan nu doar într-un același context, ci și în diversele situații din existența sa *off line*, pe care ele le marchează așadar tot atât de profund.

Noile media sfârșesc prin a institui un om nou, lucru de care sunt foarte conștiente marile corporații mediatice, ca Google, care contribuie la finanțarea cercetărilor în cadrul curentului transumanist.

XIII

SĂRĂCIREA VIEȚII SPIRITUALE

„Numai atunci când vom izbuti să le captăm atenția, putem spera să le cucerim inima și mintea"
(Eric Schmidt,
președintele consiliului de administrație Google)

Noile media au generat de asemenea o sărăcire a vieții spirituale, pe de o parte pentru că ele iau din ce în ce mai mult locul religiilor și al spiritualității tradiționale, pe de altă parte pentru că au alterat și în parte au distrus condițiile interne și externe care favorizează exercitarea și dezvoltarea vieții spirituale.

IVIREA UNEI NOI RELIGII

Nu scapă nimănui faptul că mediasfera a devenit tărâmul unor noi spiritualități și chiar al unor noi religii, în ideea că noile media sunt în stare să înființeze o nouă lume și un om nou – un ideal comun tuturor religiilor.

Adoptarea noilor media de către popor constituie obiectul unui adevărat apostolat, mai presus de voința negustorilor de a-și vinde aparatele, soft-urile și diversele aplicații, sau de grija statelor pentru dinamizarea economiei; ea corespunde ideii că utilizarea noilor media are

toate virtuțile necesare pentru dezvoltarea personală a individului și ameliorarea coeziunii sociale, că ea contribuie puternic la starea de bine și la bunăstarea națiunilor. După cum prezența aparatelor de televiziune în toate casele a fost privită ca un progres al civilizației, tot așa folosirea generalizată a calculatoarelor, accesul tuturor la Internet de la cea mai fragedă vârstă, faptul că toți locuitorii planetei pot avea un telefon mobil, sunt considerate mari progrese. Noile media sunt prezentate drept condiția *sine qua non* pentru împlinirea și fericirea omului modern, ca unele ce deschid porțile către un viitor plin de făgăduințe în ceea ce privește crearea unui om cu însușiri amplificate („augmenté", în fr.; *enhanced,* în engleză).

Unul dintre autorii care au evidențiat cel mai bine caracterul religios al noilor media este sociologul Philippe Breton, în eseurile sale *L'Utopie de la communication*[1] și mai ales *Le Culte de l'Internet.* În introducerea la acesta din urmă, el scrie:

> Marea înflăcărare pentru Internet se desfășoară într-o atmosferă care se arată a fi cu adevărat aceea a unei noi religiozități, care devine tot mai clară pe măsură ce ne apropiem de cercurile celor mai înfocați prozeliți.[2]

Caracterul religios al noilor media a fost remarcat și de alți autori. Armand Mattelart constată o dimensiune religioasă în exaltarea „satului planetar" de către Marshall McLuhan.[3] Ignacio Ramonet privește ca amenința-

---

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1997.

[2] *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?*, La Découverte, Paris, 2000, p. 6.

[3] *Histoire de l'utopie planétaire. De la cité prophétique à la société globale*, La Découverte, Paris, 1999.

toare evoluția tehnologiilor de comunicație către un „mesianism mediatic".[1] David Le Breton stabilește o legătură între religiozitatea pe care o constată în cybercultură și gnosticismul primelor veacuri.[2] Mark Dery punctează relațiile care există între cybercultura americană și mișcarea spiritualistă New Age.[3] Pierre Musso își prezintă astfel critica referitor la rețele: „Se întronează o nouă zeitate, o divinitate tehnicistă, Internetul nefiind altceva decât una dintre luminoasele ei epifanii, și anume Rețeaua. Chipul rețelei se impune pretutindeni spre o nouă vrăjire a vieții de zi cu zi și spre o interpretare nouă a lumii contemporane. Obiect fetiș pentru cultul contemporan al mișcării, al trecerii și al conexiunii, rețeaua leagă prezentul și viitorul." Potrivit acestui autor, marile rețele actuale sunt „catedralele moderne în care e celebrată trecerea"; ele nu se mai înalță la cele cerești, ci fac teatru ba din trecerea spre o lume mai bună ce va să vină, ba din punerea perpetuă în mișcare a timpului prezent".[4] Philippe Breton notează la rândul său o anumită continuitate între noua spiritualitate – în care vede un „cult non-deist" – și gnosticismul, maniheismul, dualismul, contra-cultura anilor '60 (marcată de curentele spirituale ale Extremului Orient, reinterpretate de mișcarea New Age), și teologia lui Teilhard de Chardin care, preconizând desființarea separării dintre ființele umane, acordă o mare valoare noosferei[5] („învelișul gânditor al planetei").

---

[1] *La Tyrannie de la communication*, Gallimard, Paris, 2004, pp. 37-38.
[2] *L'Adieu au corps*, Métaillé, Paris, 1999.
[3] *Vitesse virtuelle. La cyberculture aujourd'hui*, Abbeville, Paris, 1997.
[4] *Critique des réseaux*, PUF, Paris, 2003.
[5] *Le Culte de l'Internet. Une menace pour le lien social?*, La Découverte, Paris, 2000, pp. 76-83.

În celebrul său eseu *Internet rend-il bête?*, Nicholas Carr consacră un capitol „Bisericii Google"[1] și, ulterior, numeroase articole au subliniat legăturile strânse pe care le întreține cel mai important gestionar al Internetului și alte noi media cu mișcarea transumanistă, a cărei dimensiune religioasă este evidentă.

Philippe Breton arată cum caracterul religios al noilor media era deja foarte vizibil încă de la începuturile informaticii, numită pe atunci cibernetică, în opera pe care a dezvoltat-o Norbert Wiener începând din 1942, în special în celebrul său eseu *The Human Use of Human Beings*[2], care populariza lucrările sale anterioare, tradus în limba franceză sub titlul *Cybernétique et société*[3]. Wiener propune aici recunoașterea comunicării drept valoare centrală pentru om și societate, în jurul căreia se organizează o viziune asupra lumii globală și unificată. Noțiunea de entropie joacă în această viziune a sa un rol esențial: lumea tinde spre o dezordine maximă, care amenință omul însuși și legătura socială pe care comunitățile o stabilesc între ele. Wiener vede aici nu doar o formă a răului, ci un efect al acțiunii diavolului. După el, numai comunicarea este în măsură să contracareze această tendință. Omul nu-și poa-

---

[1] *Op. cit.*, pp. 211-247. Este vorba despre dimensiunea religioasă a Google și nu despre „Biserica Google" care a fost înființată de curând în Canada (și recunoscută de stat) și care consideră Google drept dumnezeu și îl venerează, recunoscându-i următoarele atribute divine: 1. Google este atoateștiutor. 2. Google este omniprezent. 3. Google răspunde la toate rugăciunile (adică la întrebările adresate în bara de căutare). 4. Google este în mod potențial nemuritor. 5. Google este infinit. 6. Google își aduce aminte de toți. 7. Google nu dorește și nu poate să facă rău. 8. Google este mai căutat și mai iubit decât alți dumnezei. 9. Google este singurul dumnezeu a cărui existență e dovedită.

[2] Houghton Mifflin, Boston, 1950.

[3] Deux-Rives, Paris, 1952 [tr. rom., *Cibernetica sau știința comenzii și comunicării la ființe și mașini,* Ed. Științifică, București, 1966 – *n. trad.].*

te afla mântuirea decât devenind un om care comunică, iar dispozitivele de comunicare îi sunt necesare pentru împlinirea acestui proiect; din acest motiv, ele sunt bune pentru că se opun răului. Omul nou al lui Wiener nu-și mai exprimă valoarea prin activitatea sa individuală, ci printr-o activitate de schimb social. După Wiener, omul nu poate fi înțeles decât dacă este privit drept ființă care comunică. Philippe Breton vede în această concepție a lui Wiener despre o nouă societate și un om nou care se naște din biruința binelui (comunicarea) asupra răului (entropia) nu o pură utopie, ci o veritabilă teologie fondatoare a unei antropologii cu caracter religios.[1]

Noua religie gândită de Wiener nu s-a impus, iar noțiunea de entropie pe care se întemeia sistemul acestei religii este astăzi uitată. Dar Wiener a profetizat corect locul central pe care avea să-l ocupe comunicarea în viitor, invadând rapid toate domeniile existenței umane, atât sociale, cât și personale: economie, politică, cultură, științe, literatură, educație, religie, muncă, momentele de răgaz... El a profetizat de asemenea ivirea lui *homo communicans*, definit în întregime prin conexiunile sale și devenit așadar totodată un *homo connecticus*, care-și închină o mare parte din timpul și energia sa unui cult nou, riturilor lui, legate de folosirea noilor media, în special a Internetului și a rețelelor de socializare.

De zeci de ani, cărți întregi și o mulțime de articole nu încetează să slăvească virtuțile noilor media în termeni profetici și mistici. Se poate cita ca un exemplu tipic lucrarea filosofului canadian Pierre Lévy, *World Philosophie*[2].

[1] *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1997, pp. 15-37, 49-58.
[2] *Éditions Odile Jacob*, Paris, 2000.

Lumea cea nouă instituită de noile media este înfățișată ca o lume ideală, pacificată și unificată, în care toți oamenii sunt tot mai bine informați și tot mai conștienți, așadar mai inteligenți, care stabilesc între ei relații dintre cele mai bune, fără separări ori granițe, și fac din lume un mare sat plin de „prieteni", iar din omenire, o adevărată familie.

În continuarea noilor media și în mod particular a obiectelor conectate, se desfășoară proiectul unui om nou, eliberat de limitele sale actuale, reprogramat și „cu însușiri amplificate" grație tehnicilor din genetică, bionică, robotică și informatică, care îl secondează și-l completează, dotat cu o memorie nelimitată și cu o inteligență artificială hiperperformantă, un om înălțat la însușirile divine ale atotputerniciei (asupra sa și asupra mediului înconjurător), nestricăciunii și nemuririi.

Promotorii „amplificării umanului" (*human enhancement*) și ai mișcării transumaniste[1] în care ea se înscrie provin în mod evident din cybercultura americană a anilor '80 și beneficiază de puternica susținere ideologică și financiară a marilor corporații care dezvoltă informatica, Internetul și obiectele conectate, în special Google și filialele sale. S-a subliniat nu doar caracterul religios al acestei mișcări, înscris deja puternic în cultura nord-americană, ci și aspectul său sectar, unit cu o voință totalitară de extindere mondială și de influență exercitată asupra statelor și cetățenilor (după cum arată de exemplu The World Transhumanist Association, înființată de David Pearce și Nick Bostrom, devenită Humanity+).

[1] O bogată bibliografie privind cele două mișcări se găsește în articolul lui N. Le Dévédec și F. Guis, «L'humain augmenté, un enjeu social», *SociologieS*, 19 octombrie 2013.

O RELIGIE FĂRĂ ETICĂ

Să nu credem însă că noua religie este o întreprindere filantropică și dezinteresată. Nestricăciunea și nemurirea făgăduite de ea nu sunt haruri (daruri), ci pur și simplu produse: firmele care finanțează aceste proiecte au în mod evident în vedere comercializarea mijloacelor pe care ele socotesc că le găsesc pentru ameliorarea sănătății oamenilor și prelungirea vieții lor. Mântuiți au să fie cei care vor avea bani să le cumpere, damnați, cei care n-au să aibă. De aceea, unii sunt deja îngrijorați de posibilitatea instaurării unei societăți pe două nivele: al supra-oamenilor (oamenii *enhanced*) și al sub-oamenilor (lipsiți de avantajele obținute de ceilalți).

Noua religie nu are nici morală, nici etică: tot ce este din punct de vedere tehnic realizabil este îngăduit și chiar vrednic de dorit, iar tot ce este rentabil din punct de vedere financiar este bun. Google și-a luat drept deviză „Nu fiți răi", ceea ce dovedește deja o distanțare de problema binelui. Iar cât privește răul, acesta nu mai constituie o preocupare pentru companie. Eric Schmidt, fost director general și președinte al consiliului de administrație Google, referitor la această deviză, declara cu cinism: „Când am venit la Google, mi-am spus că e cea mai stupidă regulă din lume, pentru că nici o carte nu vorbește despre rău, în afară de Biblie sau alte cărți de soiul acesta."

UN NOU CULT

În Statele Unite, unde s-au dezvoltat cel mai mult – și de unde pornind gândesc să cucerească lumea –, asociațiile transumaniste se înfățișează în mod evident ca suro-

gate (*ersatz*) ale creștinismului, în pofida caracterului lor ateu și umanist. Pentru că regăsim aici mai cu seamă idealul desăvârșirii creștine formulat în doctrina patristică, și al îndumnezeirii omului[1], dar înainte de aceasta, idealul unui „om nou" menit să ia locul celui vechi, ceea ce corespunde cuvintelor Apostolului Pavel din Epistola sa către Coloseni (3, 9-10). Numai că aceste idealuri sunt transpuse din domeniul spiritual în cel material și au drept împlinitori ai lor nu harul Atotputernicului Dumnezeu, ci forța prometeică a omului secondat de tehnologiile pe care le-a conceput pentru a modifica natura.

Într-o manieră mai modestă, noile media constituie obiectul unei venerări și al unui cult vizibil încă de la începuturile lor, în articolele și cărțile dedicate glorificării și peaslăvirii lor.

Cultul acesta nu este doar teoretic, de vreme ce în practică un mare număr dintre cei care le folosesc le acordă un loc central în viața lor (analog cu cel pe care Îl are sau s-ar cuvenit să-l aibă Dumnezeu în cadrul practicii religioase a credinciosului), le jertfesc din plin timpul și forțele lor, de dragul lor renunță la multe alte lucruri, asemănătoare într-un fel cu o lepădare de lume, câteodată se lipsesc de hrană și adeseori de somn, ce pare a fi înrudită cu asceza, cu ele își încep ziua și cu ele o încheie, ca toți credincioșii oricărei religii, care își fac rugăciunile lor de dimineață și de seară.[2]

---

[1] A se vedea studiul meu «La divinisation comme projet et modèle chrétien du perfectionnement et de l'augmentation de l'homme», în Marc FEIX și Karsten LEHMKÜHLER (ed.), *Homme perfectible, homme augmenté*, număr suplimentar al publicației *Revue d'éthique et de théologie morale*, 286, 2015, pp. 181-197.

[2] Conform unor statistici recente (2015), 78% dintre francezi se conectează înainte de somn și 75% imediat ce se trezesc.

Adeseori, folosirea noilor media (mai ales Internetul) ia locul slujbelor religioase (până și în unele cercuri monastice). Iar dezvoltarea utilizării noilor media în instituțiile ecleziastice (pe motiv de întărire a legăturilor sau de folosire a unor noi moduri de evanghelizare) consolidează o formă de viață spirituală virtuală, în detrimentul vieții spirituale reale.

Un studiu științific recent a arătat că există o corelație între dezvoltarea noilor media și pierderea atașamentului față de religie, sau cel puțin față de practica religioasă, și, în America de Nord și în Europa, primul care are de plătit pentru lucrul acesta este creștinismul.[1] Există desigur și alți factori care explică îndepărtarea în lumea apuseană de creștinism, cum ar fi secularizarea, dezvoltarea materialismului și a individualismului, ca și slăbirea mesajului creștin care, în cea de-a doua jumătate a veacului al XX-lea, invocând o mai mare apropiere de oameni, s-a secularizat foarte mult, iar sub cuvânt de ecumenism s-a relativizat și s-a lipsit de o parte din propria identitate. Dar forța de atracție, mobilizarea timpului și capacitatea de distragere (în ceea ce privește activitățile tradiționale și lumea înconjurătoare) exercitate de către noile media își au și ele partea lor de responsabilitate, de necontestat, în privința acestei înstrăinări de creștinism.

LIMITELE PRACTICII RELIGIOASE *ON LINE*

Toți factorii sociali sunt prezenți pe noile media. Ar fi fost, așadar, cu neputință ca religiile să lipsească din peisaj. Pe de o parte, pentru că în felul acesta i-ar fi lăsat pe alții să

[1] A.B. DOWNEY, «Religious Affiliation, Education and Internet Use», arXiv:1403.5534, 24 martie 2014.

le ia locul, pe de altă parte, pentru că astfel s-ar fi lipsit de posibilitatea de a-și transmite mesajul unei mari părți din omenire, care azi e conectată la Internet.

După ce au fost prezente pe unele canale de televiziune (deși de o manieră limitată), religiile au asaltat Net-ul – înființând site-uri informative, bloguri și spații de diverse discuții –, dar și telefoanele inteligente, prin intermediul diverselor aplicații.

Comunitățile religioase pot ajunge în felul acesta nu doar la propriii membri, ci și la persoanele conectate care dau de ele în mod întâmplător și care altfel nu s-ar fi apropiat vreodată de ele. Internetul s-a arătat astfel ca un formidabil mijloc pentru religii de propovăduire și misionarism. El s-a arătat de asemenea ca un mijloc de informare și de obținere de diverse resurse, și deopotrivă ca loc de întâlnire și schimb de opinii pentru persoanele izolate.

Dar entuziasmul promotorilor de Net într-un cadru religios se cuvine temperat prin mai multe observații, legate îndeosebi de anumite probleme și anumite limite, semnalate deja în capitolele anterioare.

Orice administrator sau colaborator la un blog are în mod firesc tendința să plaseze acest blog în centrul Net-ului, uitând că de fapt, pentru un cititor potențial, el este doar unul dintre cele aproape 200 de milioane de bloguri existente pe rețea, site-urile religioase numărând ele însele mai mult de un milion.

Privind doar la aceste site-uri sau bloguri religioase, se poate constata că nu numai toate religiile se află în concurență pe Net, dar de asemenea tot soiul de secte. Pentru unele dintre ele, Internetul a devenit un instrument de propagandă. Actualitatea recentă a arătat că site-urile islamiste, foarte bine concepute pentru îndoctrinare și mani-

pulare, au reușit să recruteze, pentru a-i face să se ducă să lupte în Orientul Mijlociu și să-și sacrifice viața, nu doar tineri musulmani aflați în căutarea unui ideal sau a unei poziții radicale, ci și tineri care nu au avut niciodată contact cu islamul, care pur și simplu au dat în mod întâmplător pe Web de propagandiști convingători.

În general, sectele sunt mult mai prezente pe Net decât pe alte media, deoarece nu au deloc acces la toate celelalte, pentru că pe rețea exprimarea este deplin liberă și lipsită de orice control, pentru că pot ajunge la un public infinit mai larg decât cel din preajma lor, în viața reală. Pe deasupra, membrii acestor secte desfășoară pe Net un zel caracteristic pentru noii convertiți, cum sunt ei cel mai adesea, cu o voință manifestă de prozelitism.

Întâmplător, se poate da de câte un site religios de bună calitate, dar în general site-urile religioase clasice nu îi atrag decât pe cei deja mai mult sau mai puțin afiliați la religia pe care acestea o reprezintă. Chiar și așa, utilizarea acestor site-uri suferă de aceleași limitări semnalate anterior: citire rapidă, în diagonală și superficială, împrăștierea minții prin *link*-uri și imagini, și o relație virtuală cu instituția bisericească respectivă, un inconvenient deloc minor.

În ceea ce privește creștinismul, o Liturghie televizată sau care poate fi privită pe Internet, pentru o persoană izolată este un contact folositor și binefăcător, dar între virtualitatea secvențelor video și realitatea însăși este o mare distanță. Vizionarea rămâne o experiență individuală, cu totul departe de experiența comunitară proprie Liturghiei, care în limba greacă poartă numele de *synaxis*, adică adunare. Comuniunea dintre persoane și comuniunea euharistică (împărtășirea cu Trupul și Sângele lui Hristos),

ambele inerente Liturghiei, sunt de asemenea cu neputință de împlinit. Fără să mai punem la socoteală faptul că slujba este privită la nivel de producție ca un spectacol și că realizarea emisiunii de acest fel are imperfecțiunile (e drept, mai puțin accentuate) pe care le are în mod obișnuit difuzarea oricărui spectacol, între care schimbarea constantă a planurilor care îl plasează pe spectator în diferite perspective succesive și îi dispersează concentrarea minții.

UN SUBSTITUT GREȘIT AL SPOVEDANIEI

După cum am arătat, noile media au desființat granița dintre viața privată și cea publică și au favorizat expunerea intimității până la impudoare, uneori involuntar, ca atunci când se discută la telefon cu voce tare într-un loc public, fie cu toată indulgența, când viața intimă și trăirile sufletești sunt istorisite în mod detaliat pe bloguri și pe forumurile de discuție. Aceste spații au luat în multe cazuri locul canapelei psihanalistului, care, la rândul ei, a luat de multă vreme locul scaunului de spovedanie.[1]

Această expunere a vieții intime are desigur, în parte – pe plan psihologic –, un efect eliberator, dar care ține mai curând de defulare[2] și care, departe de a conduce la o distanțare de propria persoană, ca în cazul spovedaniei

[1] Să amintim că psihanaliza a cunoscut cea mai mare răspândire în țările protestante, unde nu se practică spovedania.

[2] M. Bèra și E. Mechouan observă: „loc de evacuare permanentă, rețeaua absoarbe pulsiunile celor care se conectează pentru a flecări sub identități din cele mai ciudate. Participarea la «trib» asigură o psihanaliză de amatori și defulează instinctele; mai mult, existența unei armate de confidenți joacă rolul de supapă psihologică, favorizând calmarea stress-ului acumulat în timpul zilei. [...] Analiștii (în sensul psihanalist al termenului) nu ratează ocazia de a se năpusti pe calea deschisă de Sherry Turkle, pionieră a paginilor de tip «follow me» (urmează-mă). Terapia se face prin confesiune – ceea ce permite să se relativizeze caracterul pro-

sau al psihanalizei, servește cel mai adesea la punerea ei în prim-plan, despre care Christopher Lasch a arătat că se integrează perfect în „cultura narcisismului", caracteristică pentru societățile moderne.[1] La fel de bine s-ar putea spune că suntem departe de spovedania creștină, care constă în a-ți vedea propriile greșeli, defecte și lipsuri, cu rostul de a te căi de ele, adică de a-ți schimba purtările, primind pe deasupra și iertarea lor de către preot, care șterge greșelile din trecut și dă tăria de a fi mai bun pe viitor.

În unele țări (mai ales în Statele Unite) s-a dezvoltat spovedania creștină *on line* sau la telefon, dar în afară de binefacerile aduse de faptul că persoana își deschide sufletul și are parte de ascultarea preotului, acestei practici nu i se poate recunoaște valoarea de Sfântă Taină pe care o are spovedania, care, ca orice Sfântă Taină, implică nu doar o relație reală, personală și față către față cu preotul, ci și rituri cu un absolut indispensabil caracter fizic și material.[2]

O ÎNLOCUIRE A VERTICALULUI CU ORIZONTALUL

Am subliniat caracterul religios, în sens larg, al noilor media; este vorba însă de o religie fără de Dumnezeu și de o spiritualitate fără de Duhul. Transumanismul el însuși ră-

---

testant al Internetului în raport cu modelul catolic" (*La Machine Internet*, Odile Jacob, Paris, 1999, pp. 154-155).

[1] A se vedea secțiunea intitulată «Confession et anticonfession» în *La Culture du narcicissime*, Flammarion, Paris, 2008, pp. 45-50.

[2] A se vedea scrierea noastră *La Vie sacramentelle*, Cerf, Paris, 2004, pp. 11-12. [tr. rom. de Marinela Bojin, în: JEAN-CLAUDE LARCHET, *Viața sacramentală*, Basilica, București, 2015, pp. 11-12, – *n. trad.*]. A se vedea și P. Patrick O'GRADY, «Réalité virtuelle et réalité de la vertu: l'éthique des relations basées sur Internet», comunicare la Primul colocviu internațional privind mediile digitale și activitatea pastorală ortodoxă, Atena, 7-9 mai 2015.

mâne un umanism, întemeiat pe umanismul Renașterii care l-a așezat pe om în locul lui Dumnezeu, pe iluminismul veacului al XVIII-lea, care înlocuiește datele Revelației cu speculațiile rațiunii, pe scientism, care vede în cunoașterea științifică forma cea mai înaltă de cunoaștere, punându-și nădejdea în descoperirile științifice pentru a asigura desăvârșirea omului și fericirea umanității, și, în fine, pe tehnicism, care face din evoluția tehnică legea progresului uman.

Alain Finkielkraut notează pe drept cuvânt că, odată cu noile tehnologii, e vremea ca „lumea caracterizată prin reculegere și verticalitate să se sfârșească, pentru a intra într-o lume caracterizată prin deschidere și orizontalitate".[1]

Folosind Internetul, vedem într-adevăr cum Web-ul se întinde pe orizontală și cum mișcarea spiritului este aici o mișcare de îndepărtare permanentă.

O TEHNOLOGIE CARE POARTĂ PECETEA „LUMII ACESTEIA"

Cum amintea recent părintele Constantin Coman, profesor la Facultatea de teologie din București, noile media sunt un produs al lumii acesteia, și sunt un teren propice pentru atitudini mundane, cum ar fi: distracția, căutarea plăcerii, superficialitatea, ușurătatea, curiozitatea, vorba multă, vorbirea deșartă, adică toate acele lucruri de care fuge omul duhovnicesc, ce-și caută concentrarea pe „singurul lucru care trebuiește"[2] și iubitor de cele profunde.

Noile media se caracterizează de asemenea printr-o tot mai sporită rapiditate, care este o caracteristică a lumii

[1] A. Finkielkraut și P. Soriano, *Internet, l'inquiétante extase*, Mille et une Nuits, Paris, 2001, p. 44.

[2] Comunicare la colocviul internațional «Les nouveaux médias et la pastorale orthodoxe», Atena, 7-9 mai 2015.

moderne, spre deosebire de societățile tradiționale, care, dimpotrivă, cultivau lentoarea, legată de o concepție contemplativă despre lume și om.

Această rapiditate e însoțită de o mișcare neîncetată, de o permanentă căutare de schimbare, de instabilitate – caracteristice de asemenea pentru lumea modernă –, în opoziție cu statornicia, durabilitatea, echilibrul cultivate de viața liturgică și de spiritualitatea personală.

Dorința necontenită de schimbare (alta decât cea pe care o implică sporirea spirituală) nu-i un semn bun, ci unul rău, de permanentă insatisfacție, de nemulțumire, de neîmplinire; când iubim, nu mai dorim nici o schimbare, ci mai degrabă vrem să rămânem pururea alături de ce ne este drag.

UN OM ȚINTUIT ÎN MATERIE ȘI ÎN PROPRIUL TRUP, PRIN INTERNET ȘI OBIECTELE CONECTATE

În mare parte conexiunile la Internet sunt legate de consumul de bunuri materiale, de unde interesul special acordat Internetului de comercianți și profiturile imense realizate nu doar de marile site-uri de vânzări, ci și de site-urile care colectează, pentru a le revinde, date personale ce pot fi exploatate comercial. Noile media au dezvoltat spiritul de consum prin faptul că aduc în fața fiecărei persoane, acasă la ea, și o fac să le dorească, mult mai multe produse decât ar fi putut ea să vadă și să și le dorească dacă ar fi mers într-un magazin. Internetul a devenit un instrument major în slujba unui cult, pe care un mare număr de filosofi îl denumesc de mai bine de o jumătate de secol „religia consumului".[1]

[1] A se vedea comunicarea noastră la colocviul internațional «Orthodox Theology and the Sciences», Universitatea Sfântul Clement de

În ce privește obiectele conectate, ele au orientat noile media către un cult al materiei și al trupului. Mai întotdeauna e vorba aici de faptul că omului i se oferă o putere de la distanță și fără efort asupra obiectelor din jurul său. Multe dintre aceste obiecte conectate au și o orientare sportivă sau au în vedere, după cum pretind, o stare de mai bine a trupului. De fapt, aproape întotdeauna ele sunt instrumente de monitorizare, menite să crească doar performanțele fizice, și se înscriu în cultul trupului și al juneții, caracteristic pentru civilizația occidentală modernă, unde și sportul a devenit o formă de religie.

COMUNICAREA, SUROGAT AL COMUNIUNII

Noilor media li se atribuie calitatea de a înlesni prin mailuri, SMS-uri și rețelele de socializare, relațiile dintre oameni și chiar de a stabili între ei – îndeosebi pe Facebook – legături de prietenie.

După cum s-a văzut, unul dintre țelurile societății utopice imaginate de Wiener, într-o perspectivă aproape religioasă, era acela de a face din fiecare individ un om conectat cu semenii săi. Acest proiect pare că se leagă de cel al personaliștilor moderni care, atât în cadrul iudaismului (Buber, Lévinas), al catolicismului (Mounier) sau al Ortodoxiei (Berdiaev, Yannaras, Zizioulas), pentru care persoana se definește ca o ființă aflată în relație, iar relația este singura sa modalitate de împlinire.

Dar, așa cum am văzut într-un capitol precedent, relațiile care se stabilesc prin intermediul noilor media sunt foar-

Ohrida, Sofia, 26-29 aprilie 2011: «Patristic Views on the Nature and Status of Scientific Knowledge».

te superficiale, iar așa-zișii „prieteni" de pe Facebook, stabiliți printr-un simplu clic, nu sunt prieteni decât cu numele.

Peter Pilt subliniază riscul pe care îl prezintă reducerea aproapelui la acești „prieteni" de pe Facebook sau Twitter, și înlocuirea iubirii de aproapele, care implică întotdeauna un demers concret, eforturi și sacrificii, printr-un „like" produs printr-un simplu clic pe butonul astfel denumit, creștinismul devenind din acest moment, potrivit expresiei autorului, un „clicktinism" [în engleză, „clickstianity"].[1] Pilt subliniază de asemenea riscul de a asimila activitatea *on line* pe rețelele de socializare cu viața spirituală. Un desen umoristic îi ilustrează spusele: un bărbat moare și ajunge în cer. Dumnezeu îl întreabă: „Ce ai făcut cu viața ta?", la care omul răspunde cu uimire: „Cum, n-ai citit mesajele mele de pe Twitter?"

Am arătat de asemenea că relațiile stabilite prin noile media au o dimensiune virtuală, abstractă, fără de trupuri și lipsită de substanța, complexitatea, nuanțele și întreaga bogăție vizuală și afectivă a relațiilor concrete. Nici măcar conexiunile în care se văd fețele nu reușesc să ofere sentimentul unei prezențe reale, după cum dovedește în mod involuntar remarca pe care o fac adesea cei care comunică între ei pe Skype: „Îmi lipsești!"

În mod paradoxal, astfel de relații pot să se stabilească între indivizi izolați, care nu s-au întâlnit niciodată și chiar deseori nici nu ar vrea să se întâlnească, din teama de a se expune sau de a nu fi dezamăgiți.

Rețelele de socializare tind să înlocuiască comunitățile reale cu comunități virtuale. Unii se felicită de această

[1] «Social Media: Is it a Positive or Negative for a Person's Spiritual Journey? An In-depth Analysis», *Peterpilt*, 25 martie 2013.

mutație[1], dar este evident că acestea nu pot avea prin însăși natura lor nici substanța umană, nici densitatea spirituală a comunităților reale.

Comunicarea a ajuns de fapt un surogat al comuniunii, care, în realitatea sa spirituală, se întemeiază pe părtășia la un același Trup și un același Duh, în sânul unei comunități concrete.[2]

RIVALITATEA DINTRE CONECTAREA LA MEDIA ȘI CONECTAREA LA DUMNEZEU

După cum arată faptele, conectarea la noile media îl distrage pe om de la conectarea cu Dumnezeu, care se săvârșește prin participarea la slujbele liturgice, pe de o parte, și prin rugăciunea personală, pe de alta.

Am notat de multe ori faptul că noile media sunt deosebit de cronofage. Este cazul televiziunii, dar în mai mare măsură cazul Internetului care, mai cu seamă prin *link*-urile propuse, îl mână pe internaut să tot navigheze din ce în ce mai departe, îi captivează atenția și îl face să piardă noțiunea timpului. Oricare utilizator de Internet a trăit de multe ori experiența unei căutări punctuale care, în principiu, n-ar fi trebuit să dureze decât câteva clipe, dar care în realitate s-a prelungit mult mai mult.

Avem de-a face cu un soi de concurență între aceste două conectări, în care conectarea la noile media câștigă cu ușurință, deoarece legătura cu Dumnezeu, oricât de

---

[1] A se vedea de exemplu J. RICE, *The Church of Facebook: How the Hyperconnected are Redifining Community*, David C. Cook, Colorado Springs, 2009.

[2] Înlocuirea de către noile media a comunității concrete cu o comunitate abstractă este subliniată de B.J. KALLENBERG, *God and Gadgets: Following Jesus in a Technological Age*, Cascade Books, Eugene, 2011.

mare ne-ar fi dragostea pentru El, cere în mod inevitabil eforturi de desprindere de cele din jur, de propriile noastre gânduri – raționamente, închipuiri, amintiri, dorințe și altele de acest fel –, cere așadar o stare de vigilență și de luare-aminte (asupra acestora vom reveni), în timp ce navigarea pe Internet se face cu atâta ușurință (este suficient să te lași purtat de val) și ne plonjează într-o lume plăcută, care răspunde permanent la dorințele și pasiunile noastre. Ea ne oferă pe deasupra sentimentul unei totale libertăți, în vreme ce legătura cu Dumnezeu, cel puțin în cadrul unei practici religioase trăite cu deplină seriozitate, implică regularitate și o permanentă disciplină.

Până și mănăstirile, care au reușit să scape de invazia televiziunii, rezistă cu greu la cea a noilor media. Tot mai mulți monahi, din diverse motive, mai mult sau mai puțin îndreptățite de funcțiile lor, dispun de un calculator. Tot mai mulți au un telefon mobil, care astăzi a ajuns un instrument ce include toate celelalte media. Într-o mănăstire cu viață de obște, prin regula mănăstirească, este cu putință interzicerea sau limitarea folosirii noilor media mobile, însă monahii care trăiesc în singurătate nu pot fi supravegheați. Mulți sihaștri își petrec pe Internet o parte din timpul care ar trebui să fie consacrat rugăciunii, și e mare numărul celor care se întorc prin mica fereastră a ecranului în lumea părăsită de ei prin ușa cea mare.

SURSE MULTIFORME DE TENTAȚII

Noile media implică toate tentația permanentă de a ne abate atenția de la lucrul pe care îl avem de făcut, dar și de la aproapele nostru, de la propriul bine spiritual și de la Dumnezeu Însuși.

Internetul este o sursă permanentă de tentații, nu doar ca instrument folosit pentru a scăpa de plictiseală sau pentru a evada într-o lume virtuală, despre care se crede că oferă mai multă satisfacție decât cea reală, ci ca ușă deschisă spre toate obiectele dorințelor și pasiunilor noastre.

Caracteristic pentru tentații este că i se înfățișează omului în mod spontan. Or, tocmai așa se întâmplă în cazul Internetului, unde, prin intermediul textelor, *link*-urilor și mai ales al imaginilor, se ivesc nenumărate sugestii pe parcursul navigării, adesea pe neașteptate. Într-adevăr, vânzătorii de produse care gestionează funcționarea Internetului organizează lucrurile de așa manieră încât internautul să dea la tot pasul de tot ceea ce-i poate ațâța poftele.

O PROVOCARE ȘI O HRANĂ PENTRU PATIMI

Dacă avem în vedere patimile fundamentale, cuprinse în lista stabilită de tradiția creștină răsăriteană drept călăuză a omului pe calea sporirii duhovnicești – gastrimargia sau lăcomia, avariția sau iubirea de arginți și pofta sau dorința de a poseda cât mai mult (bani sau bunuri materiale), desfrânarea (sau alipirea de plăcerea trupească), mânia (în care sunt cuprinse feluritele forme de agresivitate), teama (în care se cuprind neliniștea și angoasa), tristețea, akedia (amestec de nemulțumire, silă de tot și de toate, lene și nestatornicie), chenodoxia (vanitatea sau slava deșartă) și mândria[1] –, putem constata că nu există nici una căreia noile media să nu-i poată răspunde, să n-o poată

[1] Pentru o descriere precisă a acestor patimi, a se vedea studiul nostru *Thérapeutique des maladies spirituelles*, ed. a 6-a, Cerf, Paris, 2013 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor spirituale*, Sophia, București, 2001 – *n. trad.*].

suscita, alimenta, să n-o poată întreține sau să nu poată contribui la sporirea ei.

Lucrul acesta este deja adevărat când e vorba de televiziune. Ea oferă o abundență de programe cu conținut violent[1], sexual[2] sau gurmand (de câtăva vreme, emisiunile dedicate bucătăriei și bucătarilor, patiseriei și patiserilor, ciocolatei, cofetăriei și cofetarilor se tot înmulțesc și se bucură de un real succes). Multiplicând reportajele pe tema consumului, televiziunea nu face decât să-i țină pe telespectatori alipiți de universul material în care acesta se dezvoltă. Delectându-i pe telespectatori cu reportaje despre viața celor înstăriți, care trăiesc în lux, ea dezvoltă în ei aviditatea de a avea cât mai mult și cât mai multe. Prin serialele și filmele ce conțin o mulțime de scene violente, ea dezvoltă agresivitatea telespectatorilor.[3] Prin filmele violente de tip „horror" și diverse reportaje în mod intenționat dramatice și alarmiste, ea este un factor important în sporirea fricii, a neliniștii și a angoasei.[4] Fenomenul este agravat de faptul că de mai multe zeci de ani televiziunea oferă un acces liber la sute de canale tematice, dedicate mai ales sexului, jocurilor, bucătăriei sau vanităților modei.

În ce privește Internetul, acesta cuprinde toate posibilitățile televiziunii și pe deasupra oferă toate conținuturile posibile și imaginabile, sub formă de texte, sunete, fotografii și secvențe video. El permite cu ușurință utilizatorilor să dea curs oricărei tentații, oferă un obiect oricărei

[1] Pentru o analiză precisă, a se vedea M. DESMURGET, *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, ed. a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013, pp. 247-262.

[2] A se vedea *ibid.*, pp. 34-35, 273-305.

[3] A se vedea *ibid.*, pp. 289-305.

[4] A se vedea *ibid.*, pp. 305-317.

dorințe, extinderea oricărei imaginații, o dezvoltare oricărei fantasme, o hrană pentru orice patimă.

Am vorbit deja despre faptul că anumite site-uri se pretează la comportamente contrare respectului și dragostei față de aproapele. Pe lângă site-urile dedicate bârfei și calomniei (precum Gossip), chiar simplele forumuri și alte spații de discuții pe Internet au devenit adeseori loc de manifestare a acelorași năravuri, și totodată de atacuri verbale, facilitate de folosirea aproape generalizată a pseudonimelor.

EXPUNEREA ȘI SUPRA-EXPUNEREA PROPRIEI PERSOANE: UN NOU TEREN DE EXERCITARE PENTRU IUBIREA DE SINE, SLAVA DEȘARTĂ ȘI MÂNDRIE

Televiziunea a dezvoltat puternic dorința de mediatizare, nu doar la personajele din viața publică (actori, cântăreți, oameni politici), ci și la inși oarecare, fascinați de notorietatea pe care o poate aduce simpla participare la o emisiune de tip *reality show*.

Internetul, prin mijlocirea site-urilor You Tube și Facebook, permite oricărui ins să-și prezinte mulțimii de internauți filmul faptelor și spuselor sale cele mai banale, sau să se facă remarcat prin tot felul de purtări extravagante, „isprăvi" dintre cele mai absurde, chiar suicidare.

Rețele de socializare (Facebook, Twitter etc.), dar și forumurile și blogurile deschise discuțiilor favorizează în mod general etalarea și chiar supra-etalarea propriei persoane. Mulți internauți se descriu pe ei înșiși în acțiuni dintre cele mai banale, comunică într-un limbaj necon-

trolat tot felul de impresii, sentimente și gânduri de-ale lor de moment, își expun prin filmulețe video și poze viața lor personală și familială, fără nici o pudoare sau reținere. Este aici deopotrivă dorința de a atrage atenția celorlalți asupra sa și o manifestare de narcisism (aspect evocat deja). Una dintre exprimările majore ale acestui narcisism este moda *selfie:* persoana se fotografiază pe ea însăși cu telefonul mobil, fie pentru a se contempla ca într-o oglindă, fie pentru a-și posta apoi fotografia pe rețelele de socializare spre a fi văzută de toți. E de mirare că postarea acestor fotografii sau fișiere video pe rețelele de socializare se numește în jargonul mediatic „a șerui" (*share*), adică a oferi și altora prilejul de a se bucura de ele, când în fond e vorba de un demers egoist, care ține de vanitate și orgoliu. Această atitudine se accentuează în etapa următoare, care constă în evaluarea succesului acestor „șeruiri", când se numără câte „like-uri" („îmi place") au produs.

Ceea ce la copil se arată ca o formă de învățare (conștientizarea existenței sale personale), la adult este în schimb expresia unui narcisism primar care nu a fost depășit, pe care, cu mult înainte de Freud, sfinții asceți ai creștinismului răsăritean l-au identificat și l-au descris sub numele de „filautie" – sau iubire egoistă de sine[1] –, privind-o ca patimă fundamentală și maică a tuturor celorlalte patimi, ca și a vanității și orgoliului, care derivă direct din ea, și acestea patimi foarte grave. În cazul de față, ele sunt și mai pernicioase, pentru că își iau drept mască noțiunile

[1] A se vedea I. HAUSHERR, *Philautie, de la tendresse pour soi à la charité selon saint Maxime le Confesseur*, Roma, 1952, și studiul nostru *Thérapeutique des maladies spirituelles*, 6[e] éd., Cerf, Paris, 2013, pp. 151-157 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor spirituale*, Sophia, București, 2001, pp. 124-128 – *n. trad.*].

de „comunicare" și „împărtășire cu ceilalți", care le oferă un fals aspect altruist.

Orgoliul și vanitatea sunt aici întărite de etapa de după numărătoarea plină de satisfacție a „like-urilor", când internautul se fălește cu faptul că este în stare să strângă mai mulți *followers* (pe Twitter), mai multe „like-uri" și mai mulți așa-ziși prieteni (pe Facebook) decât oricare altul.

Cei de pe Facebook au tendința de a oferi o imagine a lor prin care nu vor doar să se pună în valoare, ci să-și acorde o încă și mai mare valoare, ștergând ca și cu o gumă defectele și îngroșând calitățile sau atribuindu-și calități pe care nici gând să le aibă.

Lucrul acesta are urmări rele nu doar pentru ei, ci și pentru alții, care, în raport cu aceste imagini supra-valorizate, despre care nu-și dau seama cât de neadevărate sunt, se pot simți oameni de nimic. Psihologii au constatat chiar că lucrul acesta este o sursă de depresie, ceea ce se leagă întru totul de spusele sfinților asceți, potrivit cărora vanitatea și orgoliul sunt izvor de tristețe și akedie (două stări apropiate de ceea ce azi numim depresie[1]).

Noile media s-au cuibărit într-adevăr în cultura occidentală modernă, pe care Christopher Lasch o califică drept „cultura narcisismului[2]; dar totodată ele au contribuit puternic la dezvoltarea acestei culturi într-un mod opus culturii creștine, care este o cultură a umbririi de sine (prin modestie și smerenie) și a prețuirii celuilalt (prin caritate și iubirea aproapelui).

---

[1] A se vedea pe acest subiect studiul nostru *Thérapeutique des maladies mentales*, ed. a II-a, Cerf, Paris, 2007, pp. 101-132 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor mintale*, Sophia, București, 2008, pp. 126-136 – *n. trad.*].

[2] *La Culture du narcissime*, Flammarion, Paris, 2008.

O SURSĂ INEPUIZABILĂ DE DISTRACȚIE ȘI DIVERTISMENT

După cum am arătat în capitolul precedent, noile media sunt o sursă de distracție și divertisment la un nivel nemaiîntâlnit până acum, deoarece le oferă în mod permanent și nelimitat. Mai înainte, cine voia să se distreze trebuia să facă un demers de natură fizică și psihologică, care implica deplasare și costuri. Acum, televiziunea și Internetul aduc în casa omului și-i oferă o nesfârșită mulțime de posibilități, care nu cer nici un efort pentru a fi exploatate. În plus, sistemul de comunicare legat de Internet și de smartphone – mailurile, SMS-urile, MMS-urile, mesajele de pe Twitter, alertele pe Facebook etc. – îl solicită în permanență pe *homo connecticus*, îndepărtându-l de sine însuși și de Dumnezeu, și îndreptându-l către tot felul de obiecte exterioare, virtuale sau (semi-)reale, dar oricum mundane.

NIMICITORI AI ISIHIEI

Noile media sunt factori de destructurare a ceea ce tradiția duhovnicească a creștinismului răsăritean numește *isihia*, trăită firește în deplinătatea ei de monahi, dar necesară câtuși de puțin pentru orice viață duhovnicească temeinică. *Isihia* este un mod de viață care implică solitudine, liniște exterioară și calm lăuntric (sau cum spun Sfinții Părinți: însingurare, liniștire dinspre cele din afară și pace lăuntrică). Acestea trei sunt indispensabile pentru viața duhovnicească, îndeosebi pentru una dintre activitățile ei esențiale: rugăciunea neîmprăștiată, săvârșită cu luare-aminte și cu trezvie.

Or, solicitările permanente ale noilor media (care se manifestă prin diverse semnale vizuale sau sonore) și obiș-

nuința celor mai mulți dintre cei conectați de a răspunde imediat la ele sunt incompatibile cu întemeierea și păstrarea *isihiei*, nu numai timp îndelungat și în mod deplin, dar nici pentru scurtă vreme.

ÎNLOCUIREA STABILITĂȚII LĂUNTRICE CU UN NECONTENIT FLUX ȘI O PERMANENTĂ TULBURARE

Isihia este de asemenea o stare de stabilitate lăuntrică, care este totodată o cerință a rugăciunii și un efect al ei. Pe o treaptă mai înaltă, viața duhovnicească țintește către pacea lăuntrică, care nu înseamnă doar absența oricărei tulburări de natură psihologică sau intelectuală, ci și absența tulburării de natură spirituală, la care se ajunge prin stingerea patimilor (țelul dintâi al vieții ascetice, într-o etapă a vieții duhovnicești pe care tradiția duhovnicească a creștinismului răsăritean o numește *praxis*).

Dar și până la înălțarea la această treaptă, viețuirea duhovnicească cere și cultivă o stabilitate a vieții, iar pentru aceasta acordă o mare importanță ritmicității, care este rod al unei discipline și contribuie la strunirea puterilor sufletești și mintale.

Noile media produc efecte care sunt la opusul acestei stări. După cum am văzut, folosirea lor este adeseori rezultatul unei neliniști, pe care o sporesc și mai mult, sau al unei insatisfacții pe care utilizatorul lor caută să o compenseze printr-o căutare necontenită de noutăți. Ele antrenează toate facultățile sufletești într-un flux constant, rapid, dezordonat și incoerent. În fine, prin conținutul lor ele trezesc adesea dorințe, produc temeri, întrețin și sporesc patimi, care sunt tot atâtea forme și surse de tulburare pentru suflet.

ÎN LOC DE RECULEGERE, ÎMPRĂȘTIERE

Viața duhovnicească implică de asemenea ceea ce se numește în mod tradițional reculegere, capacitatea adică de a readuce puterile sufletești din risipirea lor în afară, de a le aduna în sine, pentru ca astfel, unite, să poată fi consacrate legăturii cu Dumnezeu, săvârșită prin cugetarea la cele dumnezeiești și sfinte și prin rugăciune. În pregătirea pentru rugăciune, reculegerea este etapa care precede concentrarea.

Or, după cum am arătat, noile media împing facultățile omului spre o mișcare cu totul opusă: o permanentă ieșire în afară și o împrăștiere în mulțimea de solicitări eterogene, care fărâmițează sufletul, așa încât omul lăuntric își pierde unitatea și identitatea sa.[1]

Noile media dezvoltă în mod considerabil două efecte ale păcatului strămoșesc[2]: 1) pierderea unității lăuntrice a facultăților omenești, mai înainte unite în cunoașterea lui Dumnezeu și în împlinirea voii Sale, și împrăștierea lor în cele simțuale, în reprezentările lor (gânduri, amintiri, imagini...) sau în dorințele și patimile stârnite de ele; 2) divizarea, sfâșierea și împrăștierea lăuntrică ce rezultă de aici[3],

---

[1] A se vedea M.B. Crawford, *The World Beyond Your Head: On Becoming an Individual in an Age of Distraction*, Farrar, Straus & Giroux, New York, 2015.

[2] Denumit „originar" în tradiția apuseană.

[3] A se vedea de exemplu Sf. Maxim Mărturisitorul, *Questions à Thalassios*, Introduction, SC 529, pp. 135-139 [tr. rom., Sfântul Maxim Mărturisitorul, *Răspunsuri către Talasie*, în *Filocalia*, vol. 3, EIBMO, București, 2009, pp. 33-39 – *n. trad.*]; Sf. Vasile cel Mare, *Epistole*, II, 2 [tr. rom., Sfântul Vasile cel Mare, *Epistole*, II, 2, în *PSB*, vol. 12, pp. 117-119 – *n. trad.*]; Calist și Ignatie Xanthopol, *O sută de capete*, 23 [tr. rom., *Cele o sută de capete ale lui Calist și Ignatie Xanthopol*, 23, în *Filocalia*, vol. 8, EIBMO, București, 1979, pp. 64-65 – *n. trad.*].

așa încât firea umană cea una „s-a tăiat în nenumărate particele", după cum spune Sfântul Maxim Mărturisitorul[1]. Mintea, spun iarăși sfinții asceți, se află atunci într-o stare de permanentă împrăștiere[2], nu încetează să plutească, să bântuie și să rătăcească de colo-colo[3]; ea se află într-o stare de agitație permanentă[4], opusă liniștii profunde de care se bucura în activitatea sa contemplativă originară. Gândurile sale, mai înainte concentrate și unificate, se revarsă și curg, multe și felurite, într-un șuvoi necontenit, devin confuze și nestatornice[5], se dezbină și se împrăștie[6], risipindu-se pretutindeni[7], târând și fărâmițând întreaga ființă a omului odată cu ele. Sfântul Maxim Mărturisitorul poate astfel vorbi despre „vagabondarea sufletului printre chipurile și formele văzute ale celor sensibile"[8], căci sufletul devine multiplu după chipul multiplicității sensibile pe care în mod paradoxal el însuși a creat-o și care de fapt nu este decât o iluzie produsă de faptul că nu mai este în stare

[1] *Loc. cit.*, p. 137.

[2] A se vedea între alții SF. MACARIE EGIPTEANUL, *Omilii* (col. III), XXV, 5, 4.

[3] Cf. SF. MACARIE EGIPTEANUL, *Omilii* (col. II), IV, 4 [tr. rom., Sfântul Macarie Egipteanul, *Omilii duhovnicești,* IV, 4, în *PSB*, vol. 34, București, 1992, p. 100 – *n. trad.*]; SF. ISAAC SIRUL, *Cuvântări ascetice*, 68 [tr. rom., Sfântul Isaac Sirul, *Cuvinte despre sfintele nevoințe*, în *Filocalia*, vol. 10, EIBMO, București, 1981, pp. 346-348 – *n. trad.*].

[4] Cf. CALIST și IGNATIE XANTHOPOL, *O sută de capete*, 19, 23, 24, 25 [tr. rom. cit., pp. 60-61, pp. 64-65, pp. 66-68 – *n. trad.*].

[5] SF. MACARIE EGIPTEANUL, *Omilii* (col. II), XXXI, 6 [tr. rom. cit., p. 235 – *n. trad.*].

[6] Cf. NICHITA STITHATUL, *Trei sute de capete*, 2; 6; 19 [tr. rom., Cuviosul Nichita Stithatul, *Cele trei sute de capete despre fire și cunoștință*, III, 12; 16; 19, în *Filocalia*, vol. 6, EIBMO, București, 2011, pp. 351-352, p. 353 și p. 354 – *n. trad.*].

[7] SF. MACARIE EGIPTEANUL, *Omilii* (col. II), VI, 3 [tr. rom. cit., p. 122 – *n. trad.*].

[8] *Mystagogia*, XXIII, PG 91, 697C [tr. rom., SFÂNTUL MAXIM MĂRTURISITORUL, *Mystagogia*..., EIBMO, București, 2000, p. 36 – *n. trad.*].

să sesizeze unitatea obiectivă a făpturilor, necunoscând legătura lor cu Dumnezeu cel Unul, prin obârșia și țelul lor.

Și pentru că mintea se dispersează și se divide în mulțimea de gânduri produse de ea și de senzațiile pe care le urmează, toate facultățile, trase când într-o parte, când în alta, și pe deasupra distrate de toată această mulțime de patimi, se exercită în direcții multiple și adesea divergente, care fac din om o ființă divizată la toate nivelele.

Acest proces al căderii omului, descris de Părinții Bisericii primelor veacuri, continuă astăzi într-un mod accelerat cu sprijinul noilor media, care, prin multiplicitatea și rapiditatea sugestiilor lor, multiplică obiectele materiale care atrag simțurile și toate facultățile omului, multiplică dispersarea și divizarea care rezultă din faptul că diversele sale facultăți își investesc în toate acestea întreaga putere.

URMĂRILE NEGATIVE ASUPRA VIGILENȚEI (TREZVIEI) ȘI ATENȚIEI, DOUĂ EXIGENȚE FUNDAMENTALE PENTRU VIAȚA DUHOVNICEASCĂ

Chiar dacă se situează într-o altă perspectivă decât cea a Părinților Bisericii, Matthew Crawford, într-un eseu recent, a văzut în această distragere „păcatul originar al spiritului" și a subliniat că, din contra, atenția este una dintre facultățile cele mai prețioase ale omului, care contribuie nu doar la eficacitatea diverselor sale activități, dar și la realizarea unității sale interioare și la păstrarea identității sale în raport cu lumea exterioară.

Considerațiile filosofice și psihologice ale lui Crawford merg în sensul avertismentului din *Deuteronomul* (4, 9: „Decât numai păzește-te și îți ferește cu îngrijire sufle-

tul tău"), al sfatului de multe ori dat de Hristos apostolilor, de a priveghea (*Matei* 24, 42; 25, 13; 26, 41; *Marcu* 13, 33, 37; 14, 38; *Luca* 21, 36), și al îndemnurilor apostolilor înșiși (*Fapte* 20, 31; *I Corinteni* 16, 13; *I Petru* 5, 8). Ele merg de asemenea în sensul celor stabilite de multă vreme de tradiția isihastă, care reprezintă forma cea mai elaborată a spiritualității ortodoxe: atenția este esențială pentru eficacitatea și progresul vieții duhovnicești. Sfântul Petru Damaschin afirmă chiar: „Fără atenție și fără privegherea minții e cu neputință să ne mântuim și să ne izbăvim de diavol, care umblă răcnind ca un leu, căutând pe cine să înghită."[1] Numai cu luare-aminte la sine, într-o permanentă atitudine de trezvie (*nepsis*) pentru a se feri de cugetele rele (între care sunt și cugetele care distrag atenția), cu luare-aminte la Dumnezeu în rugăciunea nefurată și nerisipită de gânduri care nu se lasă distrasă, poate creștinul să stabilească o legătură solidă și rodnică cu Dumnezeu, care îi permite totodată să se zidească duhovnicește, unindu-se cu Dumnezeu cel Unul. Sfântul Nichita Stithatul scrie: „Până ce ne împărțim între gândurile nestatornice și legea trupului stăpânește în noi și e susținută de noi, suntem sfâșiați în multe părți și depărtați de la unitatea dumnezeiască, nefiind îmbogățiți de ea."[2]

Noțiunile de vigilență (trezvie) și atenție (luare-aminte) sunt cele care revin cel mai des în *Filocalie*, o antologie

---

[1] *Sur la garde de l'intellect*, în *Philocalie des Pères neptiques*, trad. fr., vol. 2, Abbaye de Bellefontaine, Bégrolles-en-Mauges, 1980, p. 67 [tr. rom., PETRU DAMASCHIN, *Învățături duhovnicești*, cap. *Este cu neputință să se mântuiască cineva fără atenție amănunțită și fără paza minții*, în *Filocalia*, vol. 5, EIBMO, București, 2011, ed. a 2-a, p. 67 – *n. trad.*).

[2] *Trois centuries, pratique, physique et gnostique*, III, 18, în *Philocalie des Pères neptiques*, trad. fr., vol. 4, Abbaye de Bellefontaine, Bégrolles-en-Mauges, 1982, p. 127 [tr. rom. cit., p. 354 – *n. trad.*].

alcătuită în Grecia veacului al XVIII-lea de Sfântul Nicodim Aghioritul și Sfântul Macarie din Corint (și adaptată în Rusia de Sfântul Paisie Velicikovschi, apoi de Sfântul Teofan Zăvorâtul), care cuprinde textele cele mai semnificative pentru viața duhovnicească ale Părinților din veacul al IV-lea până în veacul al XIV-lea, care a devenit o referință majoră pentru spiritualitatea ortodoxă. În mod semnificativ, titlul complet al acestei culegeri este *Filocalia Părinților neptici* (adică veghetori), iar unele scrieri clasice ale spiritualității isihaste includ de altfel cuvântul „trezvie" sau cuvântul „luare-aminte" în titlul lor, ca, de pildă, tratatul *Despre rugăciune, trezvie și paza inimii* al Sfântului Nichifor din Singurătate[1], *Capetele despre trezvie* ale Sfântului Isihie de Batos[2], sau foarte cunoscuta *Metodă a Sfintei rugăciuni și atenții*, odinioară atribuită Sfântului Simeon Noul Teolog.[3] După cum arată Sfântul Nichifor din Singurătate, noțiunile de atenție (*prosokhè*), de veghere (*nèpsis*), de trezvie (o altă conotație a cuvântului *nèpsis*) și de isihie sunt foarte apropiate și desemnează în fond una și aceeași atitudine.[4]

---

[1] În *Philocalie des Pères neptiques*, tr. fr., vol. 10, Abbaye de Bellefontaine, Bégrolles-en-Mauges, 1990, pp. 39-53 [tr. rom. în *Filocalia* sau culegere din scrierile Sfinților Părinți, care arată cum se poate omul curăța, lumina și desăvârși, vol. 7, EIBMO, București, 1977, pp. 12-32 – *n. trad.*].

[2] *Ibid.*, vol. 3, 1981, pp. 15-82 [tr. rom., Isihie Sinaitul, *Scurt cuvânt de folos sufletului și mântuitor despre trezvie și virtute*, în *Filocalia*, vol. 4, EIBMO, București, 2010, ed. a II-a, pp. 54-108 – *n. trad.*].

[3] În I. Hausherr, *La Méthode d'oraison hésychaste*, Roma, 1927, pp. 54-76 [tr. rom. cit., în *Filocalia*, vol. 8, pp. 528-540 – *n. trad.*].

[4] «Luarea-aminte, au spus unii dintre sfinți, este supravegherea minții; alții, paza minții; alții, iarăși, trezvia; alții liniștea minții. Dar toate acestea arată unul și același lucru" *(op. cit.*, p. 50) [tr. rom. cit., în: *Filocalia*, vol. 7, p. 24 – *n. trad.*].

XIV

TERAPII ȘI PROFILAXII

„Să rupem legăturile lor și
să lepădăm de la noi jugul lor"
(*Psalmul* 2, 3)

Scopul acestei lucrări este îndeosebi acela de a pune un diagnostic pentru diferitele patologii generate de noile media, pentru a-i face astfel conștienți de amploarea acestui rău pe cei orbiți cu totul de exaltarea de care e însoțită necontenita lor dezvoltare și care nu încetează de a se manifesta în jurul lor. A cunoaște formele răului și cauzele lui este, după cum se știe, o etapă esențială în procesul de vindecare.

Analizele precedente vor ajuta în mod sigur la o salutară distanțare. Se va fi înțeles, credem, că în parte abținerea, și în parte normarea (autolimitarea) utilizării noilor media constituie esențialul terapeuticii și profilaxiei care trebuie folosite pentru a ne feri pe cât se poate de efectele lor negative.

Abținerea totală este în mod sigur soluția ideală, iar pentru aceasta ar trebui să militām pentru ivirea unei alte societăți, a unei alte lumi, de vreme ce, din tot ce am spus, reiese limpede că dezvoltarea noilor media s-a pro-

dus de o manieră invazivă la scara unei civilizații devenite mondiale, care are drept principii mitul progresului și supravalorizarea tehnicii, drept scop, creșterea nelimitată a profitului, iar drept factori activi, companiile multinaționale a căror putere este superioară celei pe care o dețin statele. Dar, având în vedere dinamica dezvoltării actuale, orizontul unei schimbări de paradigmă este încă îndepărtat. Lumea noastră este organizată în așa fel încât abținerea totală de la folosirea noilor media este foarte dificilă. Realismul obligă la un compromis, care constă în abținerea de la folosirea de media care nu sunt indispensabile și în limitarea folosirii acelor media pe care ni le impune modul nostru de viață (îndeosebi condițiile de muncă). Această pretenție poate părea modestă, dar dacă din ce în ce mai mulți indivizi acționează în acest sens, se poate pune măcar un început bun pentru descreșterea/diminuarea/declinul dorită. Când nava se scufundă, nimeni nu stă să se gândească ce bine ar fi ca marea să fie mai liniștită sau vaporul mai rezistent, ci cum să scape cu viață el și cei dimpreună cu el; și numai după ce ajungem teferi la mal, ne putem face planuri mărețe.

În acest ultim capitol nu vom face așadar altceva decât să propunem câteva soluții simple și practice.

CUM SE POATE VINDECA DEPENDENȚA

La mulți utilizatori ai noilor media s-a instalat o dependență, fie față de toate tipurile de media, fie față de un tip anume (televiziune, Internet, telefonie mobilă...), fie o dependență de anumite lucruri la care se ajunge prin intermediul lor (jocuri, pornografie, cumpărături de tot felul care devin o manie...).

Câteodată această dependență nu mai este percepută ca atare de cel supus ei, pentru că s-a întipărit în existența lui ca mod de viață. I se dezvăluie ca dependență fie pentru că familia sau prietenii, care au de suferit de pe urma ei, îi atrag atenția, fie pentru că persoana însăși are de suferit de pe urma ei, și social (prin perturbarea legăturilor cu ceilalți), și psihic (din cauza impulsurilor irepresibile, a frustrărilor pe care le îndură etc.), și fizic (din cauza oboselii și epuizării nervoase pe care i-o produce).

În funcție de gradul de dependență, trebuie administrate tratamente diferite.

RECURSUL LA PSIHOTERAPIE

După cum am văzut, dependența de noile media este similară cu dependența de drogurile clasice. E necesară, așadar, în cazurile cele mai grave, o psihoterapie sub îndrumarea unor psihiatri specializați în adicție.[1] Sprijinul lor este cu atât mai necesar în cazul în care persoanele dependente au atins starea de *burn-out*, care se manifestă printr-o epuizare fizică și psihică intensă, dar adeseori și printr-un sindrom depresiv.

---

[1] A se vedea între alții K.S. YOUNG, «Internet Addiction: Symptoms, Evaluation and Treatment», în L. VANDECREEK și T. JACKSON (ed.), *Innovations in Clinical Practice: A Source Book*, vol. 17, 1999, pp. 19-31; ID., «CBTIA: The First Treatment Model for Internet Addiction», *Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*, 25, 2011, pp. 304-312; Y. KHAZAAL, C. XIROSSAVIDOU, R. KHAN, Y. EDEL, F. ZEBOUNI, D. ZULLINO, «Cognitive Behavioral Treatments for 'Internet Addiction'», *The Open Addiction Journal*, 5, 2012, pp. 30-35; Dr. M. HAUTEFEUILLE și D. VÉLÉA, *Les addictions à Internet*, Payot & Rivages, Paris, 2014; Dr. A.-M. SERGERIE, «Cyberdépendance. La dépendance aux médias sociaux et à la technologie mobile», *Psychologie Québec*, 31, 2014, pp. 41-43.

Pentru că fenomenul a luat amploare și tratamentele cazurilor grave impun o îngrijire permanentă și intensivă, pe perioade relativ lungi și într-un cadru izolat, de câțiva ani, în SUA și în China, unde problema e mai amplă decât în Europa, au început să se înființeze clinici specializate în „dezintoxicarea" persoanelor puternic dependente de noile media, similare cu cele existente pentru dezintoxicarea alcoolicilor sau a drogaților.[1]

Principiul de bază al dezintoxicării este sevrajul, adică privarea de orice contact cu noile media, în condiții de supraveghere. Privarea totală se poate realiza brusc, de la bun început, deoarece – spre deosebire de dependența de drogurile clasice – în acest caz ea nu este însoțită de reacții fizice nedorite. În Statele Unite s-au înmulțit în ultimii ani mărturiile despre cazuri de persoane dependente care au apelat la un asemenea tratament, pe o durată care poate merge de la o lună la un an.

Trebuie totuși înțeles faptul că dependența de Internet și de alte noi media, ca și dependența de toate celelalte droguri, „mai înainte de a deveni o problemă, pare a fi o soluție", pentru că ea răspunde unor probleme existențiale existente deja și care trebuie tratate în primul rând, pentru că altfel terapia dependenței riscă să nu aibă decât un efect provizoriu.

Aceste probleme existențiale trimit cel mai adesea la rațiuni spirituale profunde, care îndreptățesc așadar o terapeutică duhovnicească.

---

[1] De exemplu la Daxing, în sudul Beijingului, un centru specializat a primit din 2006 aproape 6000 de tineri dependenți de jocurile video (a se vedea «La désintox à marche forcée», *Le Courrier international*, nr. 1261, 1-7 ianuarie 2015, p. 31).

CÂTEVA PRINCIPII DE REGLARE PENTRU CAZURILE MAI PUȚIN GRAVE

Toate formele de dependență față de noile media nu sunt într-atât de grave încât să fie nevoie de spitalizare sau de psihoterapie. Voința fermă de a reduce această dependență sau pur și simplu de a se feri de gravele prejudicii semnalate în capitolele precedente poate determina persoanele afectate să ia anumite măsuri de autoreglare a folosirii lor, pe care disciplina personală poate să le facă eficiente.[1]

Întreruperi ale folosirii lor

Tot mai multe persoane intoxicate de noile media, care își dau seama la modul psihologic și fizic că se află într-o stare neliniștitoare, au suficientă voință pentru a lua măsuri radicale; ele însele sunt cele care rup pentru un anumit timp orice legătură cu aparatele conectate. Găsim în ziare din ce în ce mai multe mărturii de retragere de lungă durată, care au condus la rezultate pozitive.[2]

Cei care, din motive profesionale mai ales, nu-și pot permite întreruperi lungi, sunt sfătuiți să facă întreruperi scurte, dar regulate, de cel puțin cinci zile, sistând în acest timp, în mod radical, toate formele de conectare. Lucrul acesta permite, în afara unui repaus psihic și fizic, o regenerare și o restructurare, cel puțin parțiale, a conexiunilor din creier slăbite și deturnate de la funcțiile lor.

[1] Autodisciplina practicată în vederea îndepărtării de noile media sau a reducerii folosirii lor este promovată în Statele Unite sub denumirea de *self-binding* (autoconstrângere).

[2] A se vedea de exemplu D. Roberts, «Ma vie offline», articol din *Outside Magazine* tradus în *Le Courrier international* nr. 1261 din 7 ianuarie 2015, pp. 26-28, 30.

În Statele Unite, s-a stabilit o *National Day of Unplugging* (Ziua națională de suspendare a conectării la media). Firește că o singură zi nu e de ajuns, dar cel puțin atrage atenția în mod simbolic asupra necesității unei deconectări periodice.

Mai deosebit este faptul că, după modelul mișcării de abstinență sexuală, devenită foarte la modă peste ocean, s-au constituit grupuri de abstinenți digitali[1], ai căror membri se susțin reciproc în eforturile lor de a se deconecta pe perioade mai scurte sau mai lungi.

Această *Digital detox*, legată la origine de o mișcare ivită în Statele Unite, în Silicon Valley, a fost adoptată de industria hotelieră: centrele de thalasoterapie și hotelurile de tip spa[2] au adăugat în meniul lor sevrajul digital.[3]

Abținerea de la folosirea dispozitivelor media care nu sunt în mod real indispensabile

Condiționarea socială și economică, conformismul și mimetismul ambiant creează impresia că toate dispozitivele media sunt indispensabile, dar în realitate doar puține sunt așa. Sunt destule familii care trăiesc foarte bine fără televizor. Se poate trăi ușor și fără Facebook sau Twitter. Unii abonați au renunțat la aceste rețele și se simt eliberați. În ceea ce privește alte media, ca Internetul sau telefoanele mobile, indispensabile pentru anumite operațiuni administrative sau comerciale, se pot pune, într-un cadru privat, limite stricte de folosire a lor.

---

[1] A se vedea C.N. Cep, «L'abstinence numérique, un nouveau credo», articol din *New Yorker* tradus în *Le Courrier international* nr. 1261 din 7 ianuarie 2015, p. 32.

[2] Centre de frumusețe și revigorare, bazate pe hidroterapie și produsele derivate din tratamentele cu ape termale.

[3] A se vedea C. Rollot, «Digital Detox, le jeûne des hyperconnectés», *Le Monde* din 10 martie 2015.

Relativizarea locului și importanței dispozitivelor media

În primul rând este necesar să relativizăm în mintea și în viața noastră locul și importanța acestor media, înțelegând faptul că nu tot ce există ține de informație și comunicare, și că toate aceste media nu trebuie să fie decât instrumente care servesc la transmiterea unui conținut – existent înainte de ele și după ele –, mult mai important, care poate fi transmis și într-un alt mod, mai profund și mai just, sau uneori nici nu trebuie transmis...

Trebuie de asemenea relativizate redescoperind, dacă le-am uitat, vechile forme de lucru, de petrecere a timpului liber și de relaționare cu ceilalți. Vom vedea atunci că munca pe care o facem folosindu-ne de aceste media (atunci când nu ne putem lipsi de ele în profesia noastră) nu este întotdeauna mai eficientă sau mai rapidă, și că de altfel rapiditatea nu este decât rareori absolut necesară; vom descoperi că delectările oferite de media nu sunt întotdeauna cele mai fertile, nici cele mai relaxante, și că relațiile stabilite pe rețelele de socializare nu sunt nici cele mai profunde, nici cele mai satisfăcătoare.

Vom redescoperi atunci plăcerea, libertatea și profunzimea pe care le oferă lectura unei cărți pe care o ții în mână, răsfoirea unui ziar sau a unei reviste.

Vom regăsi de asemenea valoarea momentelor de tihnă, de liniște, de singurătate, de meditație, de contemplare și de rugăciune.

Rezistență la presiunea socială și economică

Pentru a relativiza și a reduce folosirea Internetului, a telefonului inteligent și a rețelelor sociale, trebuie să păstrăm, sau să regăsim, o distanță critică față de presiunea

socială, care le prezintă ca utilități indispensabile, le acordă o valoare exagerată și produce fenomenele de modă și mimetism, la care ne supunem în mod inconștient. Să fim conștienți de faptul că, așa cum am văzut, dezvoltarea noilor media și a conținutului acestora este administrată de comercianți, pentru care utilizatorii nu sunt decât simple mijloace de generare de profit.

Este important să ne ferim de orice formă de exploatare, nu doar rezistând la tentația de a cumpăra noi dispozitive, de dragul unor gadgeturi inutile, care le-au fost adăugate, ci și ferindu-ne să comunicăm, tuturor celor care caută să le colecteze pentru a le exploata, datele noastre personale, începând cu numărul de telefon și adresa de mail, ceea ce ne va feri de tot felul de apeluri comerciale sau de mailuri publicitare, care au devenit o sursă de necontenită perturbare.

Să ne folosim de filtre

Este important de asemenea să limităm apelurile și mesajele către noi de pe telefonul mobil, folosindu-ne de filtre, care resping apelurile la anumite ore sau nu permit decât apelurile de la persoanele înscrise în agenda telefonului nostru, sau care să activeze sistematic căsuța vocală (ceea ce ne permite să triem apelurile și să răspundem numai la unele dintre ele). Pe telefoanele fixe de ultimă generație există o funcție care face ca ele să nu sune în cazul apelurilor necunoscute sau nedorite, care s-au înmulțit în acești ultimi ani din cauza dezvoltării tehnicilor de marketing prin telefon; sau, dacă nu, să apelăm la unele mici dispozitive [cum ar fi *Clibase* în Franța] care blochează apelurile nedorite. În cadrul programelor de poștă elec-

tronică, poate fi activată o funcție care permite punerea în carantină a mesajelor inoportune, în funcție de persoana care le trimite sau de subiectul lor.

Să nu admitem o conectare permanentă

În cazul tuturor acestor media este necesar să respingem o conectare permanentă.

Faptul că televizorul nostru e deschis tot timpul, chiar și atunci când avem alte lucruri de făcut și nu ne uităm la el decât întâmplător și nu-l auzim decât în fundal, trebuie eliminat cu totul. Acest principiu poate părea de la sine înțeles, dar din nefericire nu este așa, pentru că sunt multe case în care oamenii își petrec întreaga zi privind la televizor.

„Hai să intrăm pe Internet", se spune adesea, adică, hai să pornim calculatorul și să navigăm la întâmplare pe Net. Această pornire trebuie de asemenea să ne-o reprimăm, dacă dorim să ne vindecăm sau să ne păstrăm sănătatea. În afara faptului că această activitate este obositoare, până la urmă, mai întotdeauna, vom vedea că nu prea ne-a folosit la ceva. Există de asemenea primejdia de-a fi mânați în toată această căutare oarbă de patimi de care nu suntem deplin conștienți și care nu sunt întotdeauna salubre.

Refuzul unei conectări permanente privește, în mod evident, în primul rând telefonul (unde se pot aplica filtre orare), mailurile și SMS-urile, la care nu trebuie branșate alerte instantanee, ca să nu fim tentați să răspundem pe moment, ci, de preferat, să ne ocupăm de toate odată, într-un moment din zi sau într-o anumită zi a săptămânii, rezervate pentru corespondență. Procedând în acest fel, vom observa că foarte puține mesaje impun un răs-

puns imediat, și că multe dintre ele sunt deja perimate și nu mai cer nici un răspuns, iar multe dintre ele pot fi grupate și li se poate da un același răspuns. Să ne ferim să cădem în capcana în care, prin natura sa, Twitter îi atrage pe abonați, îndemnându-i să reacționeze imediat; vom experia atunci valoarea detașării, a unui răgaz de gândire; vom simți vremelnicia iute trecătoare a clipei de acum, înțelegând că, de-i vom da răstimp de împlinire, poate să ne ferească de risipa de timp și de vigoare.

Să administrăm bine ritmul și timpul de conectare

În general, este important să ne administrăm bine timpul și ritmul conectării, în sensul impunerii unei limitări.

Dacă nu reușim să ne lipsim cu totul de ele, este bine să considerăm televiziunea, navigarea pe Internet sau activitatea pe rețelele de socializare ca lipsite de prioritate în raport cu alte activități individuale (ca temele școlare, în cazul copiilor) sau colective (ca mesele luate împreună sau alte ocazii de întâlniri plăcute cu ceilalți) și ca incompatibile cu acest fel de activități.

Timpul petrecut în fața televizorului trebuie limitat de la bun început pe întreaga zi sau săptămână, ca și timpul din fiecare zi consacrat jocurilor video, navigării pe Net sau rețelelor de socializare. Părinții trebuie să se arate în această privință vigilenți față de copiii lor și să nu se ferească să le impună limite stricte de folosire a dispozitivelor media, stabilite în prealabil împreună cu ei și cerându-le să fie respectate, pentru a nu se ajunge în situația în care trebuie să-i smulgă pur și simplu din fața ecranelor; în felul acesta, copiii se vor deprinde să administreze singuri acest gen de situații, cu mai puțină risipă de timp.

Să administrăm cu discernământ conținutul acestor media

Când e vorba de televiziune și Internet, cea mai bună metodă de a administra ritmul și timpul de conectare este aceea de a administra cu discernământ conținutul oferit, ferindu-ne să facem alegeri pripite, zapând la întâmplare. În cazul televiziunii este mai mult decât util să folosim un program sigur, selectând dinainte emisiunile de calitate. În cazul Internetului o măsură judicioasă este aceea de a repertoriza și a include în categoria „favorite" site-urile cele mai utile și de cea mai bună calitate, pentru a le accesa rapid, fără pierdere de timp, fără osteneală și fără să rătăcim printre pagini mediocre sau inutile, în cazul în care știm precis de ce anume avem nevoie.

Să redescoperim virtuțile discreției

Noile media au favorizat în diverse moduri o expunere a propriei persoane (fie prin conversațiile telefonice purtate în public, fie pe YouTube, Facebook sau alte rețele de socializare) care desființează, după cum am văzut, distanța dintre viața publică și viața privată și lezează intimitatea persoanei și a interiorității ei.

Utilizatorul mijloacelor de comunicare trebuie să învețe iarăși virtuțile discreției, așa cum a subliniat recent Pierre Zaoui.[1] Într-o societate în care totul tinde să devină public, pentru că totul se publică, trebuie redescoperite de asemenea virtuțile intimității, ale interiorității, chiar ale tainei, singurele care îi pot permite persoanei să existe ca persoană care-și are o parte a ei cu neputință de comunicat și de destăinuit drept caracteristică profundă.

[1] *La Discrétion, ou l'art de disparaître*, Autrement, Paris, 2013.

Să redescoperim adevărata prietenie

După ce s-a îmbătat cu mulţimea de prieteni ai săi de pe Facebook, *homo connecticus* nu poate să nu-şi dea seama într-o bună zi cât de artificiali sunt ei. Prietenia nu se naşte dintr-un simplu clic pe un buton şi nu se întreţine prin memoria unei aplicaţii software.

Decât să alergăm după această prietenie virtuală şi să ne muncim s-o sporim cantitativ, mai bine ar fi să redescoperim virtuţile adevăratei prietenii, care nu ţine de cantitate, ci de calitate, care se dobândeşte şi se întreţine prin îndelungi momente petrecute împreună, faţă în faţă, cu deplină atenţie, prin schimburi profunde de idei şi sentimente, adică, altfel spus, tocmai prin tot ceea ce practica noilor media contrazice prin virtualitatea, scurtimea şi superficialitatea ei.

În redactarea mesajelor să ţinem seama de faptul că ne adresăm unei persoane

Legăturile sociale, după cum am văzut, au pierdut mult din calitatea lor odată cu această modă a redactării de mesaje (SMS-uri, mailuri...) într-un stil deopotrivă expeditiv şi neglijent, în cadrul noilor mijloace de comunicare. Este important să redăm acestor legături valorile ce i se cuvin – respect faţă de persoană, căldură umană –, îngrijindu-ne de modul în care redactăm mesajele, mai cu seamă în ceea ce priveşte formulele de introducere şi de încheiere, care au suferit o mare degradare în comparaţie cu corespondenţa tradiţională.

Să facem lucrurile pe îndelete

Multe dintre efectele negative induse de noile media sunt legate, după cum am arătat, de faptul că favorizează

o rapidă folosire a lor. Am văzut că ceea ce se percepe ca un câștig de timp din punctul de vedere al productivității muncii este în realitate o pierdere de timp din punctul de vedere al calității vieții personale. Ca o reacție față de viteza care domină modul de viață al omului modern, în anii '80 s-a dezvoltat mișcarea Slow, care prețuiește încetineala[1]. Redescoperirea virtuților acestei încetineli a ritmului – pe care societățile tradiționale au știut să-o păstreze – este încă și mai importantă pentru *homo connecticus*, pe care viteza comunicațiilor și exigențele ei l-au supus unui ritm infernal. A face lucrurile pe îndelete înseamnă a ne face timp pentru ele, a nu lăsa timpul să se scurgă vijelios, mânat de mecanisme din afară; înseamnă a ne face stăpâni pe timpul ce ne este dat spre ființarea și împlinirea noastră lăuntrică.

CEA MAI BUNĂ PROFILAXIE: EDUCAREA COPIILOR

Mai bine este să previi, decât să tratezi. O folosire limitată a noilor media potrivit principiilor enunțate mai sus ne ferește de căderea într-o dependență din care apoi va fi greu să scăpăm.

Copiii trebuie deprinși de mici să se folosească cu măsură de aceste noi media, iar părinții au în această privință un rol important.

Unii iau decizia radicală de a se abține complet de la folosirea noilor media, adesea cu scopul de a-și proteja copiii, așa că în casele lor nu există nici televizor, nici calculator, nici tabletă, nici telefon mobil.

[1] A se vedea cartea de succes a lui Carl HONORÉ, *Éloge de la lenteur*, Marabout, Paris, 2005.

Această soluție este posibilă în cazul copiilor de vârste mici, dar nu poate fi folosită în totalitate atunci când copiii sunt mai mari, decât dacă ne abținem de la folosirea oricărei forme de tehnologie – cum fac cei din secta Amish, puternic sprijiniți de convingerile lor religioase și de comunitatea închisă din care fac parte – și de la orice formă de viață socială. După cum am văzut, presiunea socială este foarte puternică încă din școală, și dacă le este foarte greu copiilor să scape de mimetism într-o ambianță în care marea majoritate a colegilor au acces la noile media, le este absolut imposibil să scape de folosirea calculatorului și a Internetului, integrate de acum în pregătirea școlară încă din primele clase.

Soluția este să-i deprindem pe copii să-și gestioneze cu strictețe utilizarea noilor media, lucru care nu este posibil fără o supraveghere riguroasă până la vremea adolescenței, mult mai provocatoare, dar căreia i se poate cu atât mai ușor ține piept, cu cât principalele mecanisme de autoreglare au fost deja dobândite din copilărie.

Este esențial ca părinții să dea dovadă de autoritate, pentru a introduce, în funcție de vârstă, o gradație în utilizarea noilor media, dar și pentru a-i deprinde pe copii să se folosească de ele într-un mod rezonabil, în ceea ce privește locul, durata și conținutul lor.

Referitor la gradație, psihanalistul Serge Tisseron a introdus regula de „3-6-9-12". Dar această regulă este foarte laxă, întrucât permite folosirea tabletelor de la vârsta de 3 ani, introducerea calculatorului, televiziunii și a jocurilor video între 3 și 6 ani, și introducerea telefonului mobil și a Internetului între 9 și 12 ani.[1] Am putea crede, pe drept

[1] *3-6-9-12. Apprivoiser les écrans et grandir*, Éditions Érès, Toulouse, 2013.

cuvânt, că autorul contribuie la o adevărată condiționare și la crearea unei obișnuințe la vârsta la care mecanismele dobândite se întipăresc în psihic pentru întreaga viață.

Este esențial ca, înainte de a se deprinde cu folosirea noilor media, copilul să se deprindă cu folosirea vechilor dispozitive de comunicare, ca să poată beneficia de avantajele lor educative și ca să nu le privească drept instrumente depășite, ieșite din uz.

Este de asemenea important ca el să învețe cum să fie sociabil în lumea reală, cea a contactelor concrete, fizice, cu copiii de vârsta lui, înainte de a stabili contacte digitale, ca să vadă cât de bogate și frumoase sunt cele dintâi, și cât de sărace și în parte iluzorii cele din urmă. Este important de asemenea să experieze adevărata camaraderie, apoi prietenia reală, profundă și durabilă, pentru a o prețui și a vedea cât de deosebită este de prieteniile artificiale de pe Facebook.

În aceeași ordine de idei, copilul trebuie să-și edifice și să-și fortifice personalitatea reală (asumându-și defectele, ceea ce este totodată o condiție pentru echilibrul și progresul său), pentru a se feri astfel de inventarea unei personalități virtuale pe Facebook, care, iluzorie cum este, nu va putea fi decât dezamăgitoare.

El trebuie să se deprindă mai întâi cu modalitățile clasice de învățare (să scrie de mână în caiete, să calculeze în minte, să se folosească de dicționare tipărite...), pentru a dobândi astfel o disciplină de lucru, pentru a dobândi și stăpâni metodele de lucru, pentru a-și dezvolta simțul și capacitatea de efort, pentru a-și face timp de cercetare, de organizare a cunoștințelor, de reflecție și de gândire.

În fine, este necesar ca el să se deprindă cu valorile morale și spirituale, pentru a avea discernământul necesar când e vorba de alegerea conținutului diverselor media.

Ca să nu fie imediat înghiţit şi formatat de noile media, ca să aibă o şansă de a păstra (sau de a redobândi) controlul, este important ca acestea să aibă de la început pentru copil statutul de mijloace complementare şi anexe, statut pe care ei vor trebui ulterior să-l menţină.

În ce priveşte locul, este important ca părinţii să nu permită copilului să folosească în camera sa noile media (începând cu televizorul, dar şi cu telefonul mobil), pentru a se evita astfel folosirea lor îndelungată sau intempestivă, eventual în cursul nopţii, care, între alte inconveniente, îl are şi pe acela de a afecta calitatea activităţii şcolare în ziua următoare.

Această măsură trebuie asociată cu o limitare a timpului alocat ecranului, care tinde în mod spontan să se tot prelungească. Această limitare poate fi realizată prin folosirea unui DVD, sau prin înregistrarea emisiunilor care au fost alese pentru calitatea lor (educative sau de divertisment), ceea ce are de asemenea ca prim avantaj faptul în primul rând că nu depindem de ora de difuzare şi nu prejudiciază activităţile prioritare, iar în al doilea rând orientarea interesului şi obişnuirea copilului cu un anumit tip de emisiuni (deoarece este dovedit faptul că un copil obişnuit să privească anumite emisiuni în copilărie – de exemplu filme documentare – îşi va păstra la vârsta adultă interesul pentru acelaşi tip de emisiuni, fireşte, pe potriva maturităţii sale).

Este important ca părinţii să-şi ajute copiii să nu se lase furaţi de fluxul de *link*-uri şi de tot ce ni se propune pe Internet, şi să-i înveţe să se folosească de conţinuturile lor în funcţie de nevoile lor de informare, culturale sau de divertisment, ca şi de valorile preţuite de ei, îndeosebi de ordin

moral. Mulți copii descoperă pe Internet violența și sexualitatea (sub cele mai rele și urâte aspecte), pentru că părinții nu s-au îngrijit să le bareze accesul la ele (prin așa- numitele filtre de „control parental"), dar mai ales pentru că nu i-au avertizat și nu i-au pregătit în așa fel încât ei înșiși, de la sine și în mod spontan, să se ferească de astfel de prezențe. Și tot așa stau lucrurile când e vorba de alte pericole de pe Internet, cum ar fi contactele cu persoane necunoscute.

Dar ajutorul părinților nu trebuie să se limiteze la alegerea conținutului; acesta trebuie tratat cu spirit critic, iar asimilarea lui să se facă dând întâietate proceselor intelectuale personale.

Cu alte cuvinte, părinții trebuie să fie prezenți la toate nivelele și să acorde tot timpul necesar pentru educarea în acest sens a copiilor. Dependența copiilor și adolescenților de televiziune, jocuri video și Internet poate avea mai multe cauze, dar, cum am arătat, ea ține adesea de o abdicare a părinților de la strădania de a fi alături de ei sau, mai rău, de faptul că au văzut aici un mod de a-i ține pe copii ocupați cu ceva și de a-i cuminți, pentru ca ei să-și vadă liniștiți de treburile lor. Este necesar ca părinții să preia controlul de la bun început și să-l mențină până când copiii au o pregătire suficientă pentru a-și gospodări ei înșiși felul în care utilizează aceste noi media, în ceea ce privește timpul, locul, ordinea priorităților și valorile culturale, morale și spirituale la care se raportează.

Pentru că sunt în mod sigur cei mai conștienți de efectele negative ale noilor media, cei care le-au conceput sunt primii care se grăbesc să-și protejeze copiii.

În Los Altos din California, în inima ținutului Silicon Valley, *The Waldorf School of the Peninsula* are rara parti-

cularitate de a fi o școală neconectată la media. Trei sferturi dintre elevi au părinți care lucrează în marile companii digitale instalate în regiune: Google, Apple, Yahoo, Hewlet-Packard... Acești angajați, care se ocupă cu dezvoltarea tehnologiilor digitale și promovarea lor în toate straturile sociale, apreciază în mod deosebit faptul că această școală îi ține pe copiii lor departe de calculatoare, tablete și telefoane mobile, până în clasa a patra.

Aceeași precauție se practică și acasă, pentru a proteja progenitura elitei de cele cu care îndoapă poporul de rând. Un articol din *New York Times* arăta recent că șefii firmelor din Silicon Valley specializate în noile media, începând cu Steve Jobs, fondatorul firmei Apple, nu-și lasă copiii să folosească nici unul dintre aceste diverse dispozitive până la o vârstă relativ avansată, și atunci numai într-un cadru restrictiv. Vom cita pe larg dintr-un articol al lui Nick Bilton, care a avut un amplu ecou în presa internațională, pentru calitatea sa de a fi un bun exemplu în această privință:

> „Copiii dumneavoastră desigur adoră iPad-ul", i-am spus lui Steve Jobs. Prima tabletă Apple tocmai fusese lansată pe piață. „Nu l-au folosit", mi-a răspuns el. „În casa noastră, am limitat folosirea tehnologiei digitale de către copii." Am reacționat printr-o tăcere plină de stupefacție. Îmi imaginam viața în familia Jobs ca un paradis pentru *nerds*[1]: pereții mi-i imaginam ca gigantice ecrane tactile, masa din sufragerie plină de iPad, și că, de îndată ce trec pragul casei, invitaților li se oferă câte un iPod. Dar „Nu, nu-i deloc așa, nici pe departe, mi-a răspuns Steve Jobs". De atunci am întâlnit numeroși șefi din Silicon Valley care mi-au ținut un

[1] Persoane pasionate de noile tehnologii, în special cele informatice și digitale.

același discurs. Limitează strict timpul petrecut de copii în fața ecranelor, le interzic adesea gadgeturile electronice seara, atunci când a doua zi merg la școală, fixând limite foarte stricte în timpul week-end-ului. Acest tip de educație m-a lăsat perplex. Majoritatea părinților pe care-i cunosc par să fi adoptat strategia inversă: își lasă copiii zi și noapte cufundați în luciul ecranului tabletelor, telefoanelor inteligente și al calculatorului.

Dar toți acești șefi executivi din marile companii par să știe un lucru pe care muritorii de rând îl ignoră. Chris Anderson, fostul redactor-șef al revistei *Wired*, astăzi director general la 3D Robotics, a impus limite de folosință și controale parentale pentru toate aparatele sale. Chris și soția sa au cinci copii, între 6 și 17 ani. „Ne acuză că suntem fasciști, că nici unul dintre prietenii lor nu este supus la astfel de reguli, subliniază el. Dar părinții lor nu au fost expuși în mod direct la pericolele tehnologiei digitale. Eu, care o cunosc, nu vreau să li se întâmple așa ceva copiilor mei." Pericolele la care se referea el înseamnă expunerea la un conținut dăunător [...] și, poate lucrul cel mai rău, faptul de a deveni dependent de aceste aparate, ca părinții lor.

Alex Constantinople, director general de la OutCast Agency, o firmă de comunicații și de marketing axată pe tehnologie, mi-a explicat că fiului ei cel mic, în vârstă de 5 ani, nu i se permite niciodată să folosească gadgeturi în cursul săptămânii, iar frații săi mai mari, care au 10 și 13 ani, trebuie să se mulțumească cu 30 de minute de folosire a lor, în zilele când merg la școală.

Evan Williams, unul dintre fondatorii platformelor Blogger, Twitter și Medium, afirmă că în loc de iPad copiii săi au sute de cărți pe care le pot citi după plac.

Dar cum stabilesc părinții industriei high-tech bunele practici pentru copiii lor? În general, în funcție de vârstă.

Copiii mai mici de 10 ani par a fi cei mai înclinați spre dezvoltarea unei dependențe; ca urmare, părinții nu le permit să se folosească de vreun dispozitiv în cursul săptămânii. La sfârșitul săptămânii, impun limite între treizeci de minute și două ore pentru folosirea iPad-ului și a telefonului inteligent. Copiii între 10 și 14 ani au dreptul să utilizeze calculatorul în serile din timpul săptămânii, când a doua zi merg la școală, dar numai ca să-și facă temele.

Unii părinți le interzic de asemenea adolescenților să intre pe rețele de socializare, cu excepția Snapchat, care șterge fotografiile și mesajele la câteva secunde după trimiterea lor. În felul acesta, nu trebuie să se teamă de urmările celor spuse sau săvârșite *on line*, mi-a explicat un cadru de conducere.

În timp ce părinții care se află în afara universului high-tech oferă un smartphone copiilor lor încă de la vârsta de 8 ani, numeroși părinți care lucrează în industria noilor tehnologii așteaptă până când copilul lor împlinește 14 ani. Și există o regulă universală în rândul părinților din lumea high-tech pe care i-am intervievat: „Regula numărul unu este: fără ecrane în camera copilului. Și cu asta am încheiat discuția!" spune răspicat Chris Anderson. [...]

Nu l-am întrebat niciodată pe Steve Jobs ce altceva făceau copiii lui dacă nu foloseau gadgeturile fabricate de el, așa că am făcut apel la Walter Isaacson, autorul cărții *Steve Jobs*, biografia șefului firmei Apple, care a petrecut mult timp la familia Jobs. „În fiecare seară, Steve ținea ca toată familia să cineze la marea masă din bucătărie, când vorbeau despre cărți, despre istorie și tot felul de alte lucruri de acest gen", mi-a răspuns el. „Nimeni nu scotea vreodată iPad-ul sau calculatorul. Copiii nu aveau deloc aerul că ar fi dependenți de aceste aparate."[1]

---

[1] «Les enfants de la Silicon Valley pionniers malgré eux», articol din *New York Times* tradus în *Le Courrier international* nr. 1261 din 7 ianuarie 2015, p. 29.

PROFILAXIILE CARE PRIVESC CONȚINUTUL, UTILIZAREA DE CĂTRE TERȚI A DATELOR PERSONALE, EXPLOATAREA COMERCIALĂ ȘI PROPAGANDA

Dacă totuși îi lăsăm pe copii să navigheze într-o oarecare măsură pe Net sau să folosească mediile de socializare, este important să-i protejăm de pericolele pe care acestea le reprezintă prin natura lor.

Copiii trebuie în primul rând învățați să nu-și comunice pe mediile de socializare date personale care ar putea fi ulterior folosite contra lor și să le dăuneze din punct de vedere psihologic. După cum am arătat, zeflemelele, jignirile, hărțuirile au devenit un adevărat flagel, care poate să-i ducă pe copii sau pe adolescenți la depresie sau chiar la sinucidere.

Pe forumurile de discuții, prudența este de asemenea absolut necesară, pentru că adulți de cea mai joasă speță morală le utilizează pentru a intra în contact cu copiii, implicându-i în relații de natură sexuală perverse și traumatizante.

Există astăzi numeroase aplicații, propuse chiar de furnizorii de servicii, care permit un control parental și interzicerea accesului tinerilor la conținuturi necuvenite și periculoase pentru ei (cu caracter sexual, violent sau sectar, de pildă).

Și pentru adulți este important să se protejeze împotriva diverselor forme de exploatare a datelor personale, care sunt sursă de diverse neplăceri și probleme.

Trebuie în primul rând să evităm cât se poate de mult să ne comunicăm datele personale (informații despre pro-

pria persoană, domiciliu, adresa de mail, numărul de telefon...); pe site-urile comerciale, când trebuie să furnizăm anumite date, să nu bifăm căsuța care autorizează site-ul să le comunice unor terți sau să le folosească în scopul prospectărilor de marketing.

Este important să ne setăm calculatorul astfel încât să nu permită *cookies* sau să autorizeze site-uri care să urmărească navigarea noastră pe Internet; *browsers* ca DuckDuckGo sau Firefox oferă acum o funcție de navigație privată, ușor de accesat printr-un simplu clic; putem bifa în meniul Preferințe (sau Opțiuni) al unui alt *browser* căsuța care cere site-urilor să nu ne urmărească navigarea; pot fi utilizate aplicații, ca Ghost, care permit reperarea site-urilor care ne urmăresc și deconectarea lor.

Dacă, pe motoarele de căutare, nu putem să deconectăm răspunsul semi-automat prin care corporațiile care gestionează Internetul orientează în mod insidios căutările noastre spre rezultatele dorite de ele, acestea trebuie ignorate, chiar dacă ne ia mai mult timp pentru a ne formula cererile.

TERAPEUTICA ȘI PROFILAXIA SPIRITUALĂ

După cum am văzut, efectele negative ale noilor media se manifestă pe plan spiritual și implică, drept cauze, diverși factori spirituali. Prin urmare, este cu totul îndreptățită o terapeutică și o profilaxie de natură spirituală.

Să practicăm postul și când e vorba de noile media

În mod obișnuit, se crede că postul se referă la hrană. Dar scrierile Sfinților Părinți ne descoperă un înțeles mai

profund și mai amplu. Mai cu seamă când e vorba de perioadele de post, ele ne îndeamnă să nu postim doar cu gura și cu stomacul, ci cu toate simțurile noastre (gustul, vederea, auzul, pipăitul); să aducem la postire viața noastră sufletească într-atât de îmbuibată cu lucruri care tulbură mintea și-l înstrăinează pe om de viața cea duhovnicească, esențială pentru el.

În țările ortodoxe, în mod tradițional, în vremea postului creștinii obișnuiesc să nu se ducă la teatru sau la concerte și nu se uită decât rareori la televizor. Rațiunea unei asemenea înfrânări nu este simpla privare de plăceri mondene, ci dorința de a se desprinde din strânsoarea unei rutine și, eliberați de ea, să se dedice unor activități mai elevate.

O asemenea înțelegere a postului arată că se poate posti și când e vorba de folosirea noilor media, prin limitarea și controlul ei, pentru ca libertatea astfel dobândită să fie închinată îngrijirii duhovnicești de sine, de aproapele, și legăturii cu Dumnezeu.

Un astfel de post poate fi abținerea deplină, pentru un timp mai lung sau mai scurt, dinainte stabilit, sau impunerea de restricții în ceea ce privește modul (alegerea strictă a emisiunii de televiziune, a site-urilor și a navigării pe Internet) și durata de folosire.

Să ne stăpânim pornirile, dorințele și pasiunile/patimile

Atât terapeutica, cât și profilaxia spirituală implică dobândirea unei stăpâniri a pornirilor care conduc la folosirea noilor media oriunde și oricând.

Ambele implică de asemenea un efort pentru împuținarea dorințelor și slăbirea pasiunilor/patimilor care

sunt legate de ele și care determină o folosire a lor vătămătoare din punct de vedere moral și spiritual.

De aceea, terapeutica și profilaxia dependenței de media fac parte din ansamblul vieții ascetice, care în sens larg înseamnă strădanie pentru eliminarea progresivă a patimilor și dezvoltarea virtuților opuse lor, care constituie modul de viețuire cel mai cuvenit pentru om.[1]

Binefacerile smereniei

Ca să ne împotrivim exhibiționismului generalizat favorizat de noile media, care, după cum am văzut, este legat de ceea ce spiritualitatea numește filautie (sau iubire de sine), se cuvine să sporim în smerenie, prin care zădărnicim amăgirile și dezamăgirile născute din vanitate și mândrie și ne zidim cu adevărat întru iubirea de aproapele și de Dumnezeu, Căruia prin ea Îi redăm locul de mare cinste în viața noastră.[2]

Binefacerile tăcerii și ale singurătății

Se cuvine de asemenea să redescoperim binefacerile tăcerii și ale singurătății, pe care tradiția spirituală a creștinismului răsăritean le reunește în noțiunea de *isihie*, în care se cuprind liniștea lăuntrică și liniștea dinspre cele din afară.

---

[1] Am dezvoltat pe larg în altă parte înfățișarea patimilor ca boli ale sufletului, iar a virtuților ca modalități de însănătoșire a acestuia, și am explicat modul în care concepe tradiția patristică, în cadrul unei terapeutici duhovnicești metodice, convertirea patimilor în virtuți (*Thérapeutique des maladies spirituelles*, ed. a șasea, Cerf, Paris, 2013 [tr. rom. de Marinela Bojin, în: Jean-Claude LARCHET, *Terapeutica bolilor spirituale*, Sophia, București, 2001 – *n. trad.*]). Fac așadar trimitere la această lucrare pentru mai multe detalii.

[2] Privind modalitatea, sensul și virtuțile smereniei, a se vedea *ibid.*, pp. 570-586, 677-709.

Sfinții asceți dau adesea pe față „vorbele deșarte" – care sunt totuna cu „vorbăria", socotită de ei o adevărată patimă, foarte dăunătoare, nu doar pentru că înseamnă pierdere de timp și abatere de la ocupații cu adevărat importante, ci și pentru că e prilej de alte patimi. Or, ce altceva decât vorbe deșarte sunt cel mai adesea interminabilele discuții prilejuite de ofertele de convorbiri nelimitate ale companiilor de telefonie mobilă și de numeroasele forumuri de discuții de pe Internet?

Vorbind numai ce trebuie și cât mai puțin, oferindu-și, prin închiderea aparatelor din jurul său, lungi perioade de tăcere, omul modern se poate regăsi pe sine, se poate face iarăși stăpân pe viața sa lăuntrică, se poate reclădi pe sine în liniștea din afară și pacea lăuntrică, poate descoperi sau redescoperi binefacerile meditației, ale contemplării și ale rugăciunii, toate aceste bogății și desfătări ale vieții spirituale, de care ne lipsesc cu desăvârșire împrăștierea în cele ale lumii și alipirea de ele.

Să ne facem iarăși timp pentru citit

Este important să ne întoarcem la citirea cărților tipărite, care ne este de mai mult folos decât citirea de cărți pe Internet.[1]

În viața spirituală, citirea cărților a fost întotdeauna privită ca esențială, pentru că nu doar slujește la formarea noastră, ci încă și hrănește sufletul cu harul Sfintei Scripturi și al trăirii duhovnicești a sfinților.

---

[1] A se vedea lungile analize și demonstrații ale lui R. SIMONE, *Pris dans la toile. L'esprit aux temps du Web*, Gallimard, Paris, 2012, și R. CASATI, *Contre le colonialisme numérique. Manifeste pour continuer à lire*, Albin Michel, Paris, 2013.

Încă din secolul al III-lea, Origen lăuda binefacerile „lecturii divine" *(theia anagnôsis)*, subliniind totodată că e rodnică numai atunci când se face statornic, cu luare-aminte și cu rugăciune.[1]

Tradiția monastică apuseană a stabilit foarte de timpuriu o regulă pentru această *lectio divina,* în ceea ce privește ritmul, durata și forma cuvenite, și a rânduit ca fiecare lectură de acest fel să fie urmată de cugetare la înțelesurile ei, apoi de rugăciune, apoi de contemplare.[2]

În tradiția monastică răsăriteană, Sfântul Pahomie și Sfântul Vasile au inclus citirile duhovnicești în regulile lor mănăstirești de-o manieră mai puțin strictă, dar socotindu-le ca un adaos de nelipsit al rugăciunii. Sfântul Ioan Casian, un alt dascăl al vieții mănăstirești, o recomandă de asemenea[3], iar Sfântul Ioan Gură de Aur subliniază că aceste citiri nu le sunt de folos numai călugărilor, ci toți ceilalți creștini, care trăiesc în lume, care au familie și munci de îndeplinit, au de asemenea mare nevoie de ele.[4]

Să ne păstrăm în mod ferm și riguros timpul de rugăciune

După cum am văzut, noile media (în special Internetul) tind să le acapareze până și monahilor timpul de rugăciune. La unii sihaștri, care au ajuns dependenți de ele, timpul slujbelor este adesea scurtat în mod grav. Până și în

---

[1] Scrisoare către Sfântul Grigore Taumaturgul.

[2] Cf. GUIGUES II LE CHARTREUX, *L'Échelle des moines.*

[3] *Conférences,* XIV, 11 [trad. rom. de Prof. Vasile Cojocaru și Prof. David Popescu, în: SFÂNTUL IOAN CASIAN, *Scrieri alese. Convorbiri duhovnicești,* PSB, vol. 57, EIBMO, București, 1990, pp. 560-561 – *n. trad.*].

[4] *Commentaire sur saint Matthieu,* II, 5 [trad. rom. de Pr. D. Fecioru, în: SFÂNTUL IOAN GURĂ DE AUR, *Scrieri, partea a III-a. Omilii la Matei,* I, 5, PSB, vol. 23, EIBMO, București, 1994, pp. 21-22 – *n. trad.*].

vremea rugăciunii sau a slujbelor, mobilul rămâne deschis, tulburându-le prin semnalele lor. Nu e este ceva rar să vezi cum credincioșii, călugării sau chiar preoții care slujesc la altar, își consultă mobilul în timpul slujbelor, sub cuvânt că poate e vorba de ceva urgent sau de vreo nevoie a aproapelui, pe care, firește, sunt datori să-l ajute.

În această privință, trebuie neapărat instituită o disciplină strictă, de la care să nu ne abatem nicidecum, păstrând cu sfințenie neatinsă de nimic altceva vremea rugăciunii, tăind orice contact cu orice ne-ar putea, tulburându-ne, să ne desprindă de ea.

Trebuie să ne deprindem să nu începem nimic care să nu poată fi încheiat în clipa în care a sosit vremea rugăciunii, sau să avem tăria să curmăm pe dată, într-o clipită, lucrul început.

Rugăciunea nu poate fi rodnică decât în tăcere – așadar în singurătate –, numai dacă se săvârșește cu deplină luare-aminte –, așadar fără nimic care s-o distragă din afară sau lăuntric –, cu stăruință și îndelung –, așadar fără întrerupere. Într-un cuvânt, dacă se face în duh de *isihie*, care, în tradiția duhovnicească ortodoxă, constituie punctul central al curentului duhovnicesc denumit isihasm. Acest curent și-a aflat acuratețea maximă în veacul al XIV-lea[1], dar a existat încă din primele veacuri, după cum o arată textele din toate epocile adunate în *Filocalie*[2], o antologie

[1] A se vedea J. MEYENDORFF, *Grégoire Palamas et la mystique orthodoxe*, Seuil, Paris, 2002.

[2] *Philocalie des Pères neptiques*, 7 vol., Abbaye de Bellefontaine, Bégrolles-en-Mauge, 2004 [tr. rom. cit., în: *Filocalia sau culegere din scrierile Sfinților Părinți...*, 12 vol., Ed. EIBMO, București, între anii: 1947-1991 – *n. trad.*]. O selecție de texte aflate în legătură cu rugăciunea este prezentată de J. Gouillard în *Petite philocalie de la prière du cœur*, Seuil, Paris, 1979.

de scrieri ale Părinților, care înfățișează ca temelie a vieții duhovnicești starea de *nèpsis* (care înseamnă deopotrivă trezvie și paza minții) și luarea-aminte, atenția, fără de care rugăciunea nu poate fi cu adevărat rugăciune.

Să ținem seama de celălalt

Când e vorba de relațiile cu cel de lângă noi, atât de prețuite în creștinism, care, îndată după iubirea lui Dumnezeu, a așezat ca datorie și virtute esențială iubirea de aproapele, noile media, care, la prima vedere, par că le înlesnesc și le înmulțesc, de fapt le vatămă în diferite moduri: fie le împiedică – captându-l și izolându-l pe utilizatorul lor –, fie le sărăcesc, punând în locul relațiilor reale relații virtuale, sau în locul relațiilor pluridimensionale, relații unidimensionale (bazate pe text sau pe imagine), fie le falsifică – printr-o prezentare de sine înaintea celorlalți deformată (supraevaluare) sau mascată (prin folosirea de pseudonime), fie le secătuiesc – prin folosirea de mesaje prescurtate, lipsite de un minimum de politețe, fie, din cauza lor, ele devin neatente și superficiale – prin dispersarea în activități sau comunicări paralele (*multitasking*).

Trebuie neapărat să regăsim relația reală cu celălalt, cea în care suntem și noi și ceilalți de față, cu totul și deplin atenți unii față de ceilalți, care cere timp și modalități de aprofundare, și în care fiecare e atent ca, în tot felul, să țină seama de celălalt.

Revigorarea atenției

Așa cum am văzut, efectele negative cauzate de noile media se manifestă cel mai intens asupra facultăților de atenție și de concentrare. Prin puterea lor de distrage-

re a atenției, ele determină o capacitate tot mai redusă de atenție, fie privind propriile activități, fie referitor la ceilalți sau la Dumnezeu.

Iar viața duhovnicească, așa cum o definește tradiția creștină orientală, cere o foarte mare atenție (de aceea doar face ea din veghere/trezvie și luare-aminte/discernământ stâlpii săi de susținere), și prin însuși acest fapt este școală a atenției. Prin vigilență/trezvie (*nepsis*), care este în fond o necontenită supraveghere de sine, și prin rugăciunea făcută cu luare-aminte, se formează și se dezvoltă atenția, iar atunci când puterea ei a slăbit ori s-a denaturat, cu ajutorul lor se reface și se primenește.

Necontenita respingere a ispitelor, a gândurilor străine, fie ele oricât de banale – și nu doar a gândurilor, ci și a închipuirilor de tot felul, a amintirilor, a dorințelor... –, unită cu străduința de a lua aminte numai și numai la cuvintele rugăciunii, aceasta este metoda negreșită prin care atenția se întărește într-atât, încât mintea și sufletul nostru capătă statornicie neclintită, iar puterile lor, o forță pe care nimic din afară nu o poate slăbi.

BIBLIOGRAFIE

ANDERS (Günther), *L'Obsolescence de l'homme*, vol. 1, *Sur l'âme à l'époque de la deuxième révolution industrielle*, Ivréa, Paris, 1956.

–, *L'Obsolescence de l'homme*, vol. 2, *Sur la destruction de la vie à l'époque de la troisième révolution*, Fario, Paris, 2012.

ATLAN (Monique) și DROIT (Roger-Pol), *Humain: Une enquête philosophique sur ces révolutions qui changent nos vies*, Flammarion, Paris, 2012.

AUBERT (Nicole), *Le culte de l'urgence: La société malade du temps*, Flammarion, Paris, 2009.

AUBERT (Nicole) și HAROCHE (Claudine) (ed.), *Les tyrannies de la visibilité. Être visible pour exister?*, Toulouse, 2011.

BACH (Jean-François), HOUDÉ (Olivier), LÉNA (Pierre), TISSERON (Serge), *L'Enfant et les écrans. Un avis scientifique de l'Académie des sciences*, Paris, 2013.

BAUDRILLARD (Jean), *Simulacres et simulation*, Galilée, Paris, 1981.

–, «L'ère de la facticité», în L. SFEZ și G. COUTLÉE, *Technologies et symboliques de la communication*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1990.

BAUMAN (Zygmunt), *Le Coût humain de la mondialisation*, Hachette, Paris, 2000.

BÉRA (Michel) și MÉCHOULAN (Éric), *La Machine Internet*, Odile Jacob, Paris, 1999.

BIAGINI (Cédric), *L'Emprise numérique: Comment internet et les nouvelles technologies ont colonisé nos vies*, L'Échappée, Montreuil, 2012.

BIAGINI (Cédric), CARNINO (Guillaume), IZOARD (Célia), *La Tyrannie technologique Critique de la société numérique*, L'Échappée, Montreuil, 2007.

BIRENBAUM (Guy), *Vous m'avez manqué. Histoire d'une dépression française*, Les Arènes, Paris, 2015.

BONNET (Gérard), *Voir, être vu. Les figures de l'exhibitionnisme aujourd'hui*, Presses Universitaires de France, Paris, 2005.

–, *La Tyrannie du paraître*, Eyrolles, Paris, 2013.

BRETON (Philippe), *L'Utopie de la communication. Le mythe du «village planétaire»*, La Découverte, Paris, 1997.

–, *Le Culte de l'Internet – Une menace pour le lien social?*, La Découverte, Paris, 2000.

CARR (Nicholas G.), *Internet rend-il bête?*, Robert Laffont, Paris, 2010.

CASATI (Roberto), *Contre le colonialisme numérique. Manifeste pour continuer à lire*, Albin Michel, Paris, 2013.

CHOMSKY (Noam) și HERMAN (Edward), *La Fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie*, ediția a 2-a, Agone, Marseille, 2008.

CRAWFORD (Matthew B.), *The World Beyond Your Head: On Becoming an Individual in an Age of Distraction*, Farrar, Straus & Giroux, New York, 2015.

DEBORD (Guy), *La Société du spectacle*, Buchet/Chastel, Paris, 1967.

DESMURGET (Michel), *TV Lobotomie. La vérité scientifique sur les effets de la télévision*, Max Milo, Paris, 2011; ediția a 2-a, J'ai Lu, Paris, 2013.

DUGAIN (Marc) și LABBÉ (Christophe), *L'Homme nu. La dictature invisible du numérique*, Robert Laffont et Plon, Paris, 2016.

FINKIELKRAUT (Alain) și SORIANO (Paul), *Internet, l'inquiétante extase*, Mille et une Nuit, Paris, 2001.

GICQUEL (Camille) și GUYOT (Pierre), *Quantified Self. Les apprentis sorciers du «moi connecté»*, Fyp Éditions, Limoges, 2015.

GIFFARD (Alain), «Des lectures industrielles», în B. STIEGLER, A. GIFFARD și C. FAURÉ, *Pour en finir avec la mécroissance. Quelques réflexions d'Ars industrialis*, Flammarion, Paris, 2009.

–, «Critique de la lecture numérique. *The Shallows* de Nicholas Carr», *Bulletin des bibliothèques de France*, 5, septembrie 2011.

–, «Pour une critique pharmacologique de la lecture numérique», *Bibliothèques*, 64, 2012, pp. 28-33.

GUARDIOLA (I.), «Internet: la société du paraître», *Valeurs mutualistes*, 292, septembrie/octombrie 2014, pp. 14-15.

HASSAN (Robert), *Empire of Speed. Time and the Acceleration of Politics and Society*, Brill, Lund, 2009.

HAUTEFEUILLE (Michel) et VÉLÉA (Dan), *Les addictions à Internet. De l'ennui à la dépendance*, ediția a 2-a, Payot & Rivages, Paris, 2014.

HEIM (Michael R.), *The Metaphysics of Virtual Reality*, Oxford University Press, Oxford, 1994.

JACKSON (Maggie), *Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age*, Prometheus Books, Amherst, NY, 2009.

KALLENBERG (Brad. J.), *God and Gadgets: Following Jesus in a Technological Age*, Cascade Books, Eugene, OR, 2011.

LAFONTAINE (Claire), *L'Empire cybernétique. Des machines à penser à la pensée machine*, Seuil, Paris, 2004.

LASCH (Christopher), *La Culture du narcissisme*, Flammarion, Paris, 2008.

LURÇAT (Liliane), *Des enfances volées par la télévision. Le temps prisonnier*, François-Xavier de Guibert, Paris, ediția a 3-a, 2004.

MACBETH WILLIAMS (Tannis), *The Impact of Television: A Natural Experiment in Three Communities*, Academic Press, Londra, 1986.

MATTELARD (Armand), *La Globalisation de la surveillance*, La Découverte, Paris, 2008.

MCLUHAN (Marshall), *Pour comprendre les médias*, Seuil, Paris, 1968.

MONOD (Jean-Claude), *Écrire à l'heure du tout message*, Flammarion, Paris, 2015.

MOROZOV (Evgeny), *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*, PublicAffairs, New York, 2012.

–, *Pour tout résoudre, cliquez ici! L'aberration du solutionnisme technologique*, Fyp Éditions, Limoges, 2014.

MUSSO (Pierre), *Critique des réseaux*, PUF, Paris, 2003.

OLLIVRO (Jean), *Quand la vitesse change le monde*, Apogée, Rennes, 2006.

ORWELL (George), *Nineteen Eighty-Four*, Secker and Warburg, Londra, 1949; trad. fr. *1984*, Gallimard, Paris, 1950.

PACKARD (Vance), *La Persuasion clandestine*, Calmann-Lévy, Paris, 1958.

–, *The Waste Makers*, David McKay co., Inc., New York, 1960.

–, *Une société sans défense*, Calmann-Lévy, Paris, 1965.

PALFREY (John) și GASSER (Urs), *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*, Basic Books, New York, 2008.

PASQUALE (Frank), *Black Box Society. Les algorithmes secrets qui contrôlent l'économie et l'information*, Fyp Éditions, Limoges, 2015.

PIÈCES ET MAIN D'ŒUVRE, *Le Téléphone portable, gadget de destruction massive*, L'Échappée, Montreuil, 2008.

RAMONET (Ignacio), *La Tyrannie de la communication*, Galilée, Paris, 1999; ediția a 2-a, Gallimard, Paris, 2004.

RIESMAN (David), *La Foule solitaire. Anatomie de la société moderne*, Arthaud, Paris, 1964.

SADIN (E.), *Surveillance globale*, Climats, Paris, 2009.

–, *La Société de l'anticipation*, Inculte, Paris, 2011.

–, *La Vie algorithmique. Critique de la raison numérique*, L'Échappée, Montreuil, 2015.

SARTORI (Giovanni), *Homo videns. Televisione e post-pensiero*, Laterza, Roma și Bari, 1998.

SERVAN-SCHREIBER (J.-L.), *Trop vite! Pourquoi nous sommes prisonniers du court terme*, Albin Michel, Paris, 2010.

SFEZ (Lucien), *Critique de la communication*, Seuil, Paris, 1988.

SIMONE (Raffaele), *Pris dans la toile. L'esprit aux temps du Web*, Gallimard, Paris, 2012.

SMALL (Gary) și VORGAN (Gigi), *Ibrain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind*, HarperCollins Publishers, New York, 2009.

TISSERON (Serge), *Y a-t-il un pilote dans l'image?*, Aubier, Paris, 1998.

– *L'Intimité surexposée*, Hachette, Paris, 2002.

TURKLE (Sherry), *Seuls ensemble. De plus en plus de technologies, de moins en moins de relations humaines*, L'Échappée, Paris, 2015.

VIAL (Stéphane), *L'Être et l'écran. Comment le numérique change la perception*, PUF, Paris, 2013.

VIRILIO (Paul), *La Bombe informatique*, Galilée, Paris, 1998.

WINN (Marie), *The Plug-in Drug: Television, Computers, and Family Life*, ediția a 2-a, Penguin Books, Londra, 2002; trad. fr. *TV Drogue*, Fleurus, Paris, 1977.

WOLTON (Dominique), *Internet et après? Une théorie critique des nouveaux médias*, Flammarion, 1999.

Cuprins

Se spune în mod curent că inventarea noilor media a provocat în societatea noastră o revoluţie comparabilă cu cea produsă de electricitate sau de noile mijloace de locomoţie. Există însă o mare diferenţă între noile media şi celelalte invenţii care au schimbat în mod profund viaţa omului modern. Nici o altă tehnologie nu a pătruns în activitatea noastră zilnică pentru un timp atât de îndelungat, nu a solicitat atenţia şi intervenţia noastră atât de constant, nu a invadat atât de mult viaţa noastră privată, familială şi personală, nu a pătruns atât de profund înlăuntrul vieţii noastre sufleteşti. Nici o altă tehnologie nu a transformat atât de mult raporturile noastre cu spaţiul şi timpul, felul nostru de a vedea lumea, relaţiile noastre cu ceilalţi, reprezentarea pe care o avem despre noi, natura şi ritmul activităţilor noastre de la serviciu şi din timpul liber, forma noastră de comunicare, ca şi natura, structura şi forma vieţii noastre psihice şi intelectuale. Şi nici o altă tehnică, prin influenţa exercitată asupra modului nostru de a fi, care constituie textura existenţei noastre, nu a avut un impact atât de important asupra vieţii noastre spirituale.

Scopul studiului nostru [...] este acela de a invita la o reflecţie critică asupra folosirii acestor noi mijloace de comunicare [...]. Pornind de la o mai bună cunoaştere a deviaţiilor provocate de noile media şi a efectelor patologice reale şi potenţiale, să învăţăm să le controlăm şi să reducem utilizarea lor în zona în care produc efecte nedorite.

Numai conştientizând gravitatea acestei adevărate maladii care afectează civilizaţia noastră se va putea organiza rezistenţa faţă de ele [...] şi numai aşa ne vom putea gândi la o schimbare în societate care să poată reda comunicării dimensiunea cu adevărat umană şi spirituală ce s-a pierdut.

Jean-[illegible]

www.sophia.ro
978-973-136-624-1



editura Σοφία